

# Was bringt Social Media im Freien Ersatzteilmarkt?

27.02.2013 15:41

Zuallererst stellt sich für viele Unternehmen die Frage: Was eigentlich ist Social Media? Oder noch besser gefragt: Was verstehen wir unter Social Media?

Viele denken dabei sofort an Facebook, XING, LinkedIn und Twitter. Das ist auch richtig, aber Social Media ist eigentlich noch viel umfassender.

Genau darum ging es im Social Media Seminar mit der Agentur CGW, das am Montag, 25.2. in Frankfurt stattfand und als Einstimmung zur ersten Arbeitsgruppensitzung zum Thema Social Media am Dienstag, 26.2. vorgeschaltet war.

19 Teilnehmer waren am Montag mit von der Partie, um sich einen tieferen Einblick über die einzelnen Plattformen zu verschaffen. Was sind deren Vor- und Nachteile? Welche Chancen und Risiken birgt das Thema? Vor allem ging es den Teilnehmern auch darum sich einen qualifizierten Eindruck über die jeweilige Eignung zu Markenbildung, Kundenansprache und Kundenbindung, zu verschaffen.

Kristiane Guth und Nina Naumann von CGW, die das Seminar interessant moderierten, gingen auf die vielen Fragen der Teilnehmer ein und gaben den Teilnehmern viele zusätzliche Informationen. Am Ende der Veranstaltung waren manche Teilnehmer in ihrer Einschätzung des Themas bestätigt, andere hatten weitere Perspektiven gewonnen und bewerten das Thema neu für ihr Unternehmen.

Am Dienstag fand dann die erste Sitzung des neu gegründeten Arbeitskreises Social Media, mit 31 Teilnehmern statt. Der hohe Zuspruch an der Veranstaltung beweist die Aktualität des Themas. Nach der Vorstellungsrunde der Teilnehmer, allesamt Experten aus den verschiedenen Mitgliedsfirmen, waren viele überrascht. Von zum Teil noch nicht ganz entschlossenen Einsteigern bis hin zu Unternehmen, die bereits sehr aktiv und erfolgreich in den verschiedenen Businessplattformen, Foren und auf Facebook präsent sind, deckten die Teilnehmer ein sehr breites Spektrum ab. Nach einem allgemeinen Erfahrungsaustausch über den Mehrwert und den Nutzen der einzelnen Medien, reifte schnell der Entschluss, sich zukünftig in 2 Arbeitsgruppen aufzuteilen. Zum einen die Gruppe, die Unterstützung und Ideen für eine passende Einstiegsstrategie sucht und zum anderen die Fortgeschrittenen, die ihre zahlreichen bisherigen Maßnahmen noch weiter optimieren wollen. Hier setzen wir jetzt auf und sammeln Themen für die Folgeworkshops im zweiten Halbjahr.



Rege diskutiert wurde sowohl beim Social Media Seminar am Montag (oben), wie auch bei der anschliessenden Workshopsitzung am Dienstag (unten)



