

Mitarbeiter als Stimme für Unternehmen.

In 7 Schritten machst du deine Kollegen zu Unternehmensbotschaftern in Social Media.

Der Blick in den Maschinenraum für mehr Authentizität.

Gesicht zu zeigen, wird für Unternehmen immer wichtiger. Das gilt insbesondere für (B2B-)Unternehmen mit komplexen bzw. erklärungsbedürftigen Produkten. Aber auch Unternehmen, die unter dem Fachkräftemangel leiden, sollten auf die Kraft ihrer Mitarbeiter setzen. Firmen, die ihre Angestellten präsentieren und einen Blick hinter die Kulissen erlauben, positionieren sich nämlich nicht nur als nahbaren Partner, sondern auch als sympathischen Arbeitgeber.

Erhöhe den Vitamin-M-Gehalt deines Unternehmens.

Mitarbeiter zu Botschaftern zu machen, die das Unternehmen divers und doch mit einem Grundtenor nach außen hin vertreten, ist leichter gesagt als getan. Das Unternehmen muss bereit sein, einen Teil seiner Kontrolle, Konsistenz und Kontinuität aufzugeben und dafür den Wert der Vielfältigkeit anerkennen. Das Zauberwort bzw. das Ziel dieses Ansatzes lautet Polyphonie – die Kombination von Vielfältigkeit und Einheit. Doch wie genau soll das funktionieren?

Schritt 1: Potenzielle Botschafter identifizieren

Wer kommt überhaupt als Botschafter für dein Unternehmen in Frage?

- Mitarbeiter, die eine Affinität für Social Media haben und bereits sehr aktiv auf den Plattformen sind.
- Mitarbeiter, die sowieso schon in der Öffentlichkeit stehen (z. B. auf Konferenzen auftreten).

- Mitarbeiter, die eine für das Unternehmen essentielle Expertise haben.
- Mitarbeiter, die einfach Bock haben, dein Unternehmen zu vertreten.

Ja, auch die vierte Gruppe ist Gold wert, denn nichts geht über intrinsisch motivierte Mitarbeiter (man erinnere sich an rundlegende BWL-Vorlesungen).

Falls du bei den einzelnen Stichpunkten nicht schon konkrete Personen im Kopf hast, lohnt sich ein Blick auf die Social-Media-Profile des Unternehmens. Wer liket, kommentiert und teilt viel? Auch ein Aufruf über das Intranet kann sinnvoll sein.

Achtung: Oftmals sind die Kollegen aus Kommunikation, Marketing und Vertrieb besonders aktiv in Social Media und gewillt, sich nach außen hin zu präsentieren. Das ist lobenswert, jedoch solltest du darauf achten, auch andere Mitarbeiter mit der eigentlichen Fachexpertise des Unternehmens (z. B. Forschung und Entwicklung) ausfindig zu machen.

Schritt 2: Regeln definieren

Vielfalt hin oder her, ein paar grundlegenden Regeln sollten deine Unternehmensbotschafter zustimmen (z. B. keine Beleidigungen, keine Veröffentlichung sensibler Daten, Einhalten von Bildrechten). Neben den verpflichtenden Regeln (am besten unterschreiben lassen) können weitere Richtlinien helfen, den Ton des Unternehmens zu treffen, geeignete Themen zum Inhalt der Posts zu machen oder professionell mit Kommentaren umzugehen.

Mitarbeiter als Stimme für Unternehmen.

In 7 Schritten machst du deine Kollegen zu Unternehmensbotschaftern in Social Media.

Schritt 3: Mitarbeiter schulen und befähigen

Natürlich reicht es nicht, Regeln und Richtlinien zu aggregieren und festzuhalten, sie müssen auch transferiert werden. Je nachdem, wie fit die Kollegen im Bereich Social Media sind, sollten auch die Grundlagen der einzelnen Plattformen näher erklärt werden. Geeignete Methoden und Materialien, die in ihrer Kombination am besten wirken, sind diese:

- Handbuch
- E-Learning
- Webinare
- Seminare

Schritt 4: Austausch fördern

Sind die Mitarbeiter ausreichend geschult, erkunden sie die große Social-Media-Welt. Doch ganz allein solltest du sie nicht lassen. Gerade zu Beginn ist der Austausch mit Social-Media-/Kommunikationsexperten des Unternehmens wichtig, um einen Ansprechpartner bei Unsicherheiten zu haben. Außerdem sollten sich die Experten mit allen Botschaftern zwei- bis vierwöchentlich treffen, um gemeinsam auf die letzten Postings zu schauen und Learnings abzuleiten. Dabei geht es nicht darum, einzelne Botschafter vorzuführen, sondern gemeinsam zu lernen und besser zu werden.

Auch der Austausch zwischen der Kommunikationsabteilung und den Botschaftern sollte gewährleistet sein. In regelmäßigen Calls oder Treffen kann sich über anstehende Events,

Dienstreisen und Kampagnen ausgetauscht werden und wie und von wem diese am besten kommunikativ begleitet werden sollen. Hier ist Teamwork gefragt!

Schritt 5: Tools nutzen

Social-Media-Tools wie Hootsuite und Social Bakers erleichtern die Zusammenarbeit der Unternehmenskommunikation und den Unternehmensbotschaftern. Hier lassen sich Postingsinhalte hochladen, sodass sie ganz einfach von allen genutzt werden können. Auch Diskussionen und Absprachen zu Inhalten sind hier zentralisiert möglich.

Keine Angst: Durch umfassende Berechtigungseinstellungen kann nicht ein Kollege auf dem Profil eines anderen posten oder etwa die Botschafter auf den Unternehmensprofilen.

Schritt 6: Leistungen anerkennen

Mitarbeiter, die sich richtig reinhängen, sollten Anerkennung für ihre Leistungen als Unternehmensbotschafter erhalten. Denn auch wenn das viele denken: Wer Social Media richtig macht, macht das nicht mal eben nebenbei. Und bei Anerkennung reden wir nicht zwingend von Barem. Wie wäre es mit Sponsoring-Budget für die Profile des Botschaftern oder interessanten Fortbildungen und Konferenzbesuchen?

Mitarbeiter als Stimme für Unternehmen.

In 7 Schritten machst du deine Kollegen zu Unternehmensbotschaftern in Social Media.

Schritt 7: Weitere Botschafter gewinnen

Sobald die ersten Botschafter den Dreh raus haben, ist es an der Zeit, Nachwuchs zu finden. Und Nachwuchs kann hier wörtlich genommen werden – gerade Azubis und duale Studenten können im Hinblick auf das Recruiting eine wichtige Rolle als Botschafter spielen. Und als Digital Natives sind sie oft eh schon in Social Media zu Hause.

Auch denkbar ist die Bildung von Tandems, indem erfahrene Botschafter die Neuen an die Hand nehmen. So wird der Nachwuchs fast wie von selbst ausgebildet!

In einer Nussschale.

So sieht der abenteuerliche, aber lohnenswerte Weg zu Unternehmensbotschaftern aus:

- Botschafter identifizieren
- Regeln festlegen
- Mitarbeiter schulen
- Austausch fördern
- Tools einführen
- Leistungen anerkennen
- Weitere Botschafter gewinnen

Du willst mehr Infos?

Dann schreib mich an unter jasmin@crowdmedia.de

Oder abonniere unseren Newsletter unter crowdmedia.de/newsletter