

[home](#)[über dieses blog und die blogger](#)

Interview: Zum ROI von Einhörnern oder: wie man den Social Media Erfolg messen kann

April 14, 2011

Posted by Wolfgang Tonninger in [Business](#), [Interviews](#), [Trends](#), [Wertschöpfung](#), [trackback](#)

Über Social Media Visionen und Realitäten sprachen wir mit **Mag. Martina Grom**, Geschäftsführerin des IT-Dienstleistungsanbieters und Microsoft Gold Partners [atwork](#), die ihr Know how seit über zehn Jahren erfolgreich bei der Beratung, der Umsetzung und Wartung von IT-Lösungen einsetzt und erst kürzlich – als eine von 8 ExpertInnen weltweit – zum "Most Valuable Professional (MVP) für Office 365" ernannt wurde.

ReadyBlog: *Frau Grom, Sie hielten diese Woche einen Vortrag auf der FH-Wien über Social Media abseits von Marketingkampagnen und versahen diesen mit dem wunderschönen Untertitel "Every time you ask for the ROI of Twitter a unicorn dies". Was tun? Stehen ROI und Kommunikation im Falle der Social Media tatsächlich auf unversöhnlichem Kriegsfuß oder geht es vielleicht darum, dass wir unseren ROI-Begriff anpassen bzw. erweitern?*



MartinaG: In Social Media geht es vor allem um Kommunikation und wie man miteinander umgeht – das ist schwer zu messen. Klassische Messmethoden für Reichweitenmessung sind da vielleicht nicht mehr der richtige Ansatz und wir müssen uns neue Maßgrößen erschaffen. Reichweite um jeden Preis kann nicht die Lösung sein, wir wollen ja in Kontakt treten und uns austauschen, Informationen teilen. Der Nutzen von Information kann nicht an der Anzahl der Follower gemessen werden – der Einfluss zählt. So wie wir den Umgang mit dem Internet lernen mussten – von der zweidimensionalen Konsumseite

zum Kommunikationskanal des Web 2.0, so haben wir jetzt auch die Chance, die Messungen zu hinterfragen. Ein gelungener Mix aus allem wird ein guter Weg sein.

ReadyBlog: *Für viele Unternehmen erschöpft sich ihr Social Media Engagement in der Erstellung einer Facebook-Fanpage. Dabei sind das eigentlich interessante ja sogenannte Facebook Apps, die eine Tiefenintegration auf Datenebene leisten. Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht bzw. worauf sollte man dabei achten?*

MartinaG: Für die diesjährigen Big>Days haben wir für den Microsoft Learning Partner ETC die Facebook App „Cloud Yourself“ implementiert. Die App war nicht auf Facebook beschränkt, sondern das „Erlebnis“ stand im Vordergrund: Besucher der Big>Days konnten sich in der Cloud-Yourself-Leinwand fotografieren lassen und ein Statement zur Cloud abgeben. Foto und Spruch wurden dann auf Facebook geladen, wo sie angesehen werden konnten. Auf jeder Station der Big>Days Roadshow wurde dann ein Preis verlost. Die Facebook App war also in ein Erlebnis integriert – Besucher konnten auch gleich ihre Fotos ansehen. Damit blieben wir nicht nur auf Facebook beschränkt. Für ETC war die App ein wunderbarer Multiplikator: sie konnten die Anzahl der Fans verdreifachen UND haben zusätzlich auch die für das Unternehmen relevante Zielgruppe erreicht.

ReadyBlog: *Was sagen Sie Firmen, die ihren Mitarbeitern Social Media verbieten? Oder anders gefragt: gibt es ein Unternehmen 2.0 ohne Web 2.0?*

MartinaG: Unternehmen unterschätzen leider sehr oft das Potential ihrer Mitarbeiter. Wenn der Zugang zu Social Media in Unternehmen unterbunden wird, muss dadurch nicht unbedingt die Produktivität gesteigert werden. Social Media ist ein weiterer Kommunikationskanal, den es zu nutzen gilt. Viele Kampagnen und Werbemaßnahmen können durch die Integration von Mitarbeitern in die Kommunikation aufgeladen werden. Das heißt: es muss nicht immer nur die Markenbekanntheit das Ziel sein – es kann auch um Korrekturen des Firmen-Image gehen oder um das Ansprechen neuer Mitarbeiter.

search



Follow the Business Ready Team

Autoren

- [Hans Berndl](#)
- [Wolfgang Tonninger](#)
- [Martin Zimmermann](#)
- [Georg Droschl](#)

Kategorien

Business

Business_Intelligence
 Competition Dynamic_Systems
 Events Fun Innovation
 Interviews Kosten Microsoft
 Networking Security Trends
 User-Experience
 Wertschöpfung

Blogroll

- [Beyond Binary](#)
- [Die Neue Welt des Arbeitens](#)
- [e-comm & Recht](#)
- [In my humble opinion](#)
- [Microsoft Blogportal](#)
- [Microsoft on The Issues](#)
- [Opinari by David Chappell](#)
- [Reflections Blog](#)
- [Roughtype](#)
- [vösi.blog](#)

Twitter

- [Cartoon: Dein Toaster mein Freund](#)
<http://wp.me/pQJAX-sE>
3 days ago
- [thx for RTs & conversation](#)
[@AWildberger @Dialogic](#)
[@franzku @webstandardat](#)
[@siniweler @almbliitz](#) 4 days ago
- [How Steve Ballmer comments the Skype acquisition](#) - <http://zd.net/kmciUY> 5 days ago
- [SIME-VIDEO: Werden Hacker unsere Welt retten?](#) <http://wp.me/pQJAX-sh#sime11> 6 days ago
- [SIME-VIDEO: Werden Hacker](#)

Danke für das Gespräch.

Be the first to like this post.

Comments»

1. App-Flash » Interview: Zum ROI von Einhörnern oder: wie man den Social Media ... - April 14, 2011

[...] den Originalbeitrag weiterlesen: Interview: Zum ROI von Einhörnern oder: wie man den Social Media ... Medien zum Thema Medien by [...]

[Reply](#)

Your email address will not be published. Required fields are marked *

Comment

Name*

Email*

Website

Notify me of follow-up comments via email.

Subscribe by email to this site

unsere Welt retten? <http://wp.me/pQJAX-sh> 6 days ago

- VIDEO: Jean-Phillipe Courtois on how the cloud can help public sector in Europe - <http://bit.ly/IWZRHV> (via RT @MicrosoftEMEA:) 6 days ago
- Neulich in der Warteschleife. Von Kafka in die #Cloud - <http://bit.ly/iitaLB> 6 days ago

Archives

- [May 2011](#)
- [April 2011](#)
- [March 2011](#)
- [February 2011](#)
- [January 2011](#)
- [December 2010](#)
- [November 2010](#)
- [October 2010](#)
- [September 2010](#)
- [August 2010](#)
- [July 2010](#)
- [June 2010](#)
- [May 2010](#)
- [April 2010](#)
- [March 2010](#)
- [February 2010](#)
- [January 2010](#)
- [December 2009](#)
- [November 2009](#)
- [October 2009](#)
- [September 2009](#)
- [August 2009](#)
- [July 2009](#)
- [June 2009](#)
- [May 2009](#)
- [April 2009](#)
- [March 2009](#)
- [February 2009](#)
- [January 2009](#)

[Beiträge aus 2007 und 2008 über die alte Location/Archives](#)

[FEEDS](#) [FULL](#) [COMMENTS](#)