

## Social Media Marketing als PR-Instrument

Mein Fazit: Wir wissen nicht, ob es Google oder Facebook in fünf Jahren noch gibt, aber sie haben eine Entwicklung eingeleitet, die die ganze Unternehmenskommunikation revolutionieren wird. Nicht weil Facebook ein „schickes Spielzeug“ ist, sondern weil die weltweite Vernetzung und die Möglichkeit der exponentiellen Verbreitung von Inhalten in Echtzeit völlig neue Perspektiven eröffnet. Mit deutlich weniger zeitlichem und personellem Aufwand. Aber, und hier wären wir bei der zweiten Aussage, sie muss ernst genommen werden. Da Fehler im Web 3.0 irreversibel sind, sollte Social-Media-Marketing genau wie klassische PR einer klaren Kommunikationsstrategie



folgen, die personelle und finanzielle Ressourcen einplant. Und genau wie bei der klassischen PR sollte niemand versuchen das „mal schnell nebenbei“ und selbst zu machen. Professionell konzipiert, bietet Social-Media-Marketing ungeahnte Möglichkeiten.

Sie wollen mehr erfahren: [Hier finden Sie Antworten.](#)

Und hier ein noch ein paar Beispiele dafür, dass Soziale Netzwerke sich nicht nur auf Facebook beschränken.