

WordPress . YouTube . Pinterest . Software & Beratung



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!



Die soziale Verantwortung in den sozialen Medien!



Quelle: www.rohinie.eu

ROHINIE.COM Limited . 6 Bath Street . Ashby de la Zouch . LE65 2FH . UK Registered
in England and Wales No. 7590879 Telefon: +44 1530 588476 E-Mail: blog@rohinie.com
Twitter: @rohiniecomde Internet: www.rohinie.com (english) & www.rohinie.eu (deutsch)



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Social-Media-Networks sind auf unser menschliches Bedürfnis, Kontakte zu knüpfen, ausgerichtet, wie das erstaunliche Wachstum von Facebook-Zahlen unterstreicht. Indem die Social-Media-Plattformen uns die Tools und die Techniken geben, ermöglichen sie es jedem, ein breites Netzwerk aus Schulfreunden, Familienmitgliedern und Geschäftspartnern aufzubauen.

Noch nie in der Geschichte war es so einfach, sich über Kontinente und Kulturen hinweg zu vernetzen. Gleichzeitig bieten diese Plattformen Unternehmen und anderen Organisationen die Möglichkeit, sich zu beteiligen und Beziehungen aufzubauen.

Privatpersonen und Unternehmen nutzen Social-Media, um ihre Reichweite und ihre Netzwerke zu erweitern, oft ohne Rücksicht auf die längerfristigen Konsequenzen ihres Handelns. In seinem Kern ist Social Media Teil der Wechselwirkungen von echten Menschen miteinander.

Die in diesen Foren herrschende Transparenz zieht den Schleier zurück, so dass einige Personen und Unternehmen ihre wahre Identität zeigen, und, unabhängig von der Ursache, gute oder schlechte Eigenschaften zeigen. Während durch diese Social-Media-Evolution unserer Verbundenheit zugenommen hat, müssen wir uns daran erinnern, dass hinter jeder Facebook-Seite, jedem Blog-Post und jedem YouTube-Video sowie jeder Tweet eine lebende Person mit echten Emotionen steht.

So müssen wir lernen, dass mit großer Macht auch große Verantwortung auf die Unternehmen, Freiberufler und Privatpersonen zu kommt, die sich miteinander verbinden, um das Social-Media-Ökosystems miteinander zu teilen.

Hier sind zehn Faktoren, die zu berücksichtigen sind:

Das Publikum besteht aus echten Menschen

Wissen Sie, dass Ihr Publikum aus echten Menschen mit breiterer und unterschiedlicher Herkunft besteht als Sie sich vorstellen können? Jeder Einzelne bringt eine einzigartige Perspektive ein, die Sie vorher vielleicht so nicht gesehen haben. Zumindest verdienen sie Ihren Respekt für die Ihnen gewidmete Aufmerksamkeit.

Nicht in Eile reagieren

In Online-Interaktionen neigen die Menschen oft dazu, sich von der Person, mit der sie kommunizieren, zu distanzieren. Wir wollen nicht über die Person am anderen Ende nachdenken, wenn wir mit unseren Fingerspitzen reden und denken. Als Ergebnis geben die



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Menschen oft Stellungnahmen ab, die sie am Telefon oder in Person nie gegeben hätten. Zählen Sie bis Zehn und geben Sie sich selbst Raum um zu denken, bevor Sie reagieren, besonders, wenn Ihre Gefühle hochgekocht sind.

Online-Aktionen sind dauerhaft

Denken Sie daran das Online-Aktionen permanent sind und nicht rückgängig gemacht werden können. Es gibt keine Undo-Aktion für eine gesendete Nachricht. Das Internet vergisst nie. Jede gesendete Mitteilung kann zu ihrem Absender zurück verfolgt werden, auch wenn das nicht immer gewünscht wird und bleibt für die Ewigkeit erhalten.

Verstehen Sie den Kontext von Interaktionen und präsentierten Inhalten

Reagieren Sie nicht auf partielle Nachrichten. Lassen Sie nicht Ihre Gefühle regieren. Setzen Sie die Informationen in die richtige Perspektive und Sie werden sicher richtig verstehen, bevor Sie reagieren.

Beurteilen Sie eine Idee nicht nach der Art der Präsentation

Beurteilen Sie eine Idee und ihre Qualität nicht durch die Syntax und die Grammatik, in denen sie zum Ausdruck gebracht wird. In einem breiten Publikum können die Menschen, mit denen Sie sich engagieren, nicht alle Muttersprachler Ihrer Sprache sein oder ein ähnliches Bildungsniveau wie Sie haben. Lassen Sie sich durch solche Feinheiten nicht vom Kern der Mitteilung ablenken und versuchen Sie respektvoll zu kommunizieren.

Überlegen Sie, was würden Sie zu einer Person oder in einer Live-Gruppe sagen

Folgen Sie nicht blind der Gruppe. Zeigen Sie ein gewisses Niveau an Zivilisation und ein Verständnis für die, die aus einer anderen Kultur kommen.

Verbreiten Sie keinen Klatsch

Verbreiten Sie keinen Klatsch oder Dinge, die Sie nur vom Hören-Sagen kennen, nur um in 15 Sekunden Ruhm zu ernten. Machen Sie einen positiven Beitrag zum öffentlichen Diskurs.

Überprüfen Sie Ihre Fakten bevor Sie einen Beitrag leisten

Ihr Publikum weiß mehr als Sie denken und ruft Sie bei faktischen Fehlern zur Ordnung. Wikipedia ist ein Beispiel für die kombinierte Intelligenz der Masse. Während eine Person



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

möglicherweise nicht ein Experte für alles ist, zusammen sind sie sehr intelligent und die Tatsache, dass es Kontrolleure gibt, die Sie korrigieren, muss Ihnen keine Angst machen.

Wie heißt es so schön, gemeinsam sind wir stark und gekränkte Eitelkeiten sind etwas für die Dummen.

Halten Sie sich mit Ihren Beiträgen auch einmal zurück

Social-Media ist ein Gespräch, keine Vorlesung. Lassen Sie Raum für Andere, um die Diskussion zu erweitern und sie reicher zu machen. Denken Sie daran, das Gespräch findet in einem öffentlichen Forum statt. Seien Sie höflich und spielen Sie fair mit Anderen.

Fazit: Langweilen Sie andere nicht mit Ihrer ich-ich-ich-Darstellung und / oder mit pausenloser Selbstdarstellung. Dies ist der schnellste Weg um ein Forum zu zerstören. Das Süßeste, was ein Mensch hören kann, ist sein Name und ein aufrichtiges Interesse an seiner Person, aber am besten von Anderen. Selbstbeweihräucherungen werden in Foren nicht wirklich akzeptiert.

Im Kern sollte unser Handeln und unsere Beiträge auf Social-Media-Plattformen dieser goldenen Regel folgen: "Behandle andere so, wie Du behandelt werden möchtest". Als Individuen und Vermarkter müssen wir diese Regel in unsere Social-Media- Interaktionen integrieren.

Haben Sie Fragen zu den sozialen Medien? Stehen Sie kurz vor dem Start und benötigen Hilfe, Unterstützung oder eine Beratung? Klicken Sie einfach auf **Kontakt** - wir sind für Sie da!

Wenn Ihnen dieser Artikel gefallen hat empfehlen Sie uns bitte weiter. Vielen Dank dafür.

Mehr Informationen:

www.rohinie.eu