

SOCIAL MEDIA: QUALITÄT STATT QUANTITÄT

Veröffentlicht am 23. Juli 2012 von Annette

Wertvoller Inhalt und **authentische Kommunikation** zählen auf einer kommerziellen Facebook Fanpage mehr als die Anzahl der "Gefällt mir"-Klicks. Nur weil viele Leute den Neuigkeiten eines Unternehmens auf Facebook folgen, ist das noch lange kein Beweis für dessen **Vertrauenswürdigkeit**. Dies hat eine Umfrage des netzwerks about.com ergeben.

Das Vertrauen in ein Unternehmen wird gestärkt, wenn es positive wie **negative Kommentare** auf Facebook stehen lässt und im besten Fall **angemessen kommentiert** und **Problemlösungen** anbietet. Wird zudem noch **nützlicher und interessanter Inhalt** geboten und aktiv kommuniziert, steht einer positiven Image-Bildung im sozialen Web nichts mehr im Weg.

Geben Sie also nicht allzu viel auf eine hohe Anzahl an "Gefällt mir"-Klicks - setzen Sie stattdessen auf hochwertige Inhalte und ehrliche Kommunikation mit Ihren Kunden.

Wann halten Sie selbst ein Unternehmen im Internet für vertrauenswürdig? Beachten Sie die Anzahl der Fans oder lesen Sie eher die Mitteilungen eines Unternehmens? Wir freuen uns auf Ihre Kommentare!