



Simone Frei, Consultant

Warum Unternehmen Botschafter auf LinkedIn brauchen: Die Macht des persönlichen Netzwerks

Zürich, 21. August 2023

IRF Reputation AG

Rämistrasse 4
Postfach
CH-8024 Zürich
Rue du Commerce 4
CH-1204 Genève
+41 43 244 81 44
info@irf-reputation.ch
www.irf-reputation.ch

Miriam Dippe-Nistor
Stefan Mathys
Martin Meier-Pfister
Oliver Seifried
Jürg Stähelin

Affiliate Partner
FTI Consulting

In der digitalen Welt spielen soziale Medien und virtuelle Kontakte eine zentrale Rolle. Besonders Corporate Influencer können auf Plattformen wie LinkedIn für ein starkes Unternehmensimage sorgen.

Über 63 Millionen Unternehmensprofile sind weltweit aktuell auf LinkedIn gelistet. Sie präsentieren ihre Marke und Angebote, verkünden News, bauen Netzwerke auf, um mit potenziellen Kunden, Mitarbeitenden und Partnern in Kontakt zu treten. Trotz des riesigen Angebots an Unternehmensinhalten interagieren Menschen aus verschiedenen Beweggründen häufig lieber mit anderen Menschen als mit Corporate-Kanälen:

- Ein Beitrag oder ein Kommentar von einer Person erscheint oft authentischer und persönlicher
- LinkedIn ist ein Business-Netzwerk, das von vielen Usern genutzt wird, bestehende Kontakte zu pflegen, neue Verbindungen aufzubauen, von diesen zu lernen und zu profitieren
- Eine Reaktion auf einen Beitrag einer Person ist meist informeller und spontaner platziert als auf einen Beitrag eines Unternehmens
- Ein Beitrag eines CEOs oder anderen Exponentinnen aus dem Unternehmen verleiht dem Unternehmen ein Gesicht und eine Stimme, vermittelt Expertise und Nahbarkeit durch persönliche Geschichten und Hintergrundinformationen

An dieser Stelle kommen Unternehmens-Botschafter und Botschafterinnen, weitem als Corporate Influencers bekannt, ins Spiel. Sie sind gut vernetzte Mitarbeitende und Führungspersönlichkeiten, die das Potenzial haben, die Sichtbarkeit und die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens erheblich zu steigern und die Beziehungen zu den Zielgruppen zu stärken.

Wozu Unternehmens-Botschafter?

Botschafter in einem Unternehmen haben die Fähigkeit, die Reichweite ihrer Informationen zu vervielfachen. Wird ein Beitrag von einer Botschafterin geteilt, erreicht er nicht nur deren direkten Kontakte, sondern kann durch Interaktionen wie Kommentare und Teilen eine weitaus grössere Zielgruppe erreichen. Weiter können sie ihre Expertise zu ihren Schwerpunkten und ihre Branchenkenntnisse aufzeigen und untermauern. Botschafterinnen, die positiv wahrgenommen werden, stärken wiederum die Reputation und das Vertrauen in das Unternehmen.

Botschafter gelten auch als wertvolle Quelle für die Generierung von Kontakten und Leads. Durch ihre aktive Präsenz und Interaktionen auf LinkedIn haben sie die Möglichkeit, neue Kontakte herzustellen, die zu Geschäftsmöglichkeiten, zu Umsatz oder zur Gewinnung neuer Mitarbeitenden führen können.

Was macht einen guten Botschafter aus?

Die Rolle von Corporate Influencern ist nicht zu unterschätzen. Das Engagement soll freiwillig und mit entsprechendem Support des Unternehmens erfolgen. Es erfordert weit mehr, als hin und wieder einen Unternehmensbeitrag zu teilen oder neue Kontakte hinzuzufügen. Die Botschafter-Rolle führt mit folgenden Inhalten zum Erfolg:

- Regelmässige und dauerhafte Aktivität: Eine gute Botschafterin sollte über einen längeren Zeitraum regelmässig Beiträge veröffentlichen, um eine aktive Präsenz aufzubauen und die Kontinuität ihrer Botschaften zu gewährleisten.

- **Authentizität und Relevanz:** Beiträge und Kommentare sollten inhaltlich wertvoll und authentisch sein. Botschafter sollten ihre eigenen Standpunkte und Erfahrungen einbringen, um eine persönliche Verbindung zu ihrem Netzwerk und zu ihrer Zielgruppe herzustellen.
- **Wertschätzende Interaktion:** Ein guter Botschafter interagiert wertschätzend mit seinem Publikum und involviert bei schwierigen Reaktionen die Kommunikationsabteilung oder -agentur, um angemessen zu reagieren.
- **Trennung von Privatem und Persönlichem:** Botschafterinnen äussern private Meinungen mit Zurückhaltung und unterscheiden zwischen ihren persönlichen Ansichten und denen des Unternehmens.
- **Expertise zeigen:** LinkedIn ist ein Business-Netzwerk. Daher gilt es, fachliche Expertise in den Vordergrund stellen und die Plattform nicht nur als Verkaufskanal nutzen. Im Gegenteil: Es ist sogar verpönt, den Erstkontakt zu nutzen, um ein Angebot zu platzieren.
- **Austausch mit Kolleginnen und Kollegen:** Gute Botschafter fördern den internen Austausch und ermutigen ihre Kolleginnen und Kollegen dazu, ebenfalls Inhalte zu teilen und zu interagieren.

Ohne Konzept keinen Erfolg

Sei es die Auswahl der Botschafter, die Einbindung in die Unternehmenskommunikation oder die Definition der Rolle der involvierten Personen: Ein erfolgreiches Corporate Influencer Programm erfordert strategische Planung, einen klar definierten Umsetzungsprozess und kontinuierliche Führung.

Bei der Nominierung von Botschafterinnen sind deren Expertise und Glaubwürdigkeit im relevanten Fachgebiet zu prüfen, ihre bestehende Online-Präsenz und ihre Kommunikationskompetenz. Sie werden strategisch in die Unternehmenskommunikation eingebunden, indem klare Ziele definiert werden, die mit den Werten der Firma und den Kommunikationszielen einhergehen. Die Gestaltung des Prozesses umfasst beispielsweise die Themenzuordnung - basierend auf den individuellen Fachgebieten oder aber die Schulung und Unterstützung für die Content-Erstellung. Auch das Bestimmen von Regeln und Richtlinien gehört dazu, um die Einhaltung der Markenrichtlinien, ethischen Standards und rechtlichen Vorgaben sicherzustellen.

Das Konzept von Botschaftern ist nicht nur auf LinkedIn beschränkt. Auch auf anderen Plattformen wie Instagram und TikTok können Botschafterinnen eine bedeutende Rolle spielen. Wichtig dabei ist auch hier, dass die ausgewählten Mitarbeitenden zur Zielgruppe passen und die Botschaften, die sie transportieren, stets mit den Werten und Zielen des Unternehmens übereinstimmen. Eine sorgfältige Planung und enge Begleitung durch die Kommunikationsabteilung ist unerlässlich.

Vielfältiger Nutzen für Unternehmen

Die Ernennung von Botschaftern und Botschafterinnen auf LinkedIn kann für ein Unternehmen sehr vorteilhaft sein. Sie helfen dabei, die Reichweite zu steigern, Expertise zu zeigen und wertvolle Kontakte zu generieren. Allerdings ist es wichtig, die Auswahl der Botschafter sorgfältig zu treffen, klare Richtlinien festzulegen und sie in ihrer Rolle zu unterstützen. Nicht zu vergessen dabei ist, dass die Mitarbeitenden auf ihren persönlichen Profilen posten und ihr Engagement freiwillig, aber sehr wohl im Rahmen ihrer vertraglichen Arbeitszeit stattfinden muss. Authentische und engagierte Botschafter können eine starke Verbindung zu ihrer Zielgruppe aufbauen und die Online-Präsenz ihres Unternehmens nachhaltig stärken.