

GUIDE

Taktiken für Instagram-Profis

Wie Sie mit Hootsuite mehr Kunden in kürzerer Zeit gewinnen können



Taktiken für Instagram-Profis

Wie Sie mit Hootsuite mehr Kunden in kürzerer Zeit gewinnen können

Mit 400 Millionen aktiven Nutzern im Monat und für bekannte Marken 58-fach höherem Engagement als auf Facebook (sowie 120-fach höherem Engagement als auf Twitter) ist Instagram für Unternehmen jeder Größe eine kreative Spielwiese.

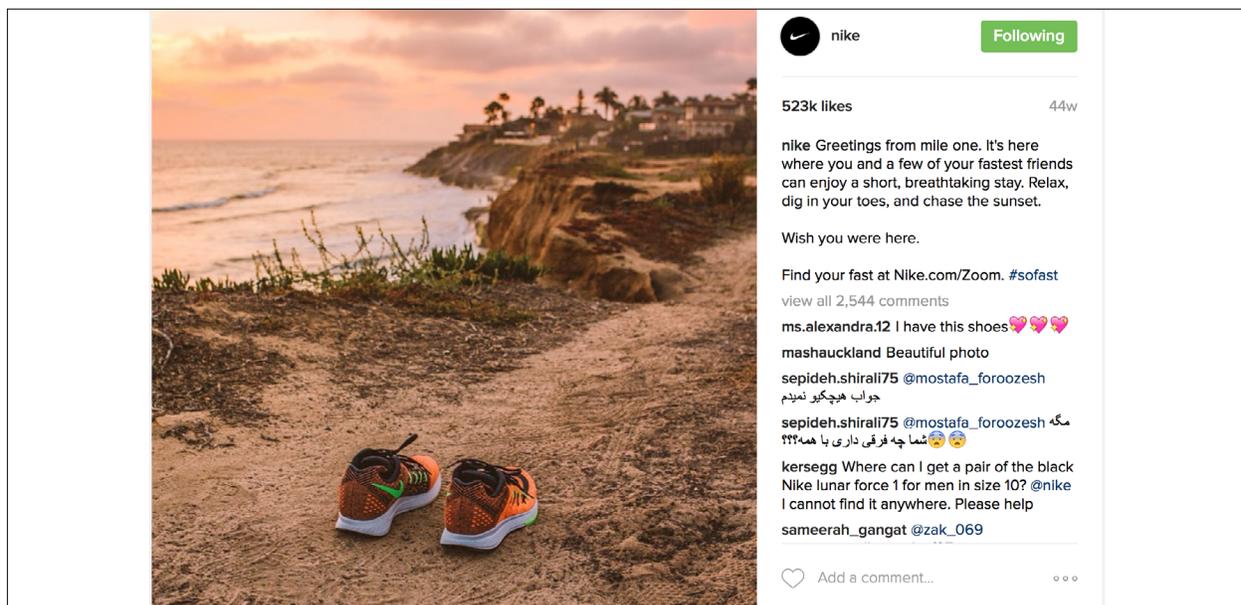
Wie können auch Sie die Vorteile von Instagram geschäftlich besser wahrnehmen? Im vorliegenden Leitfaden erläutern wir kreative Methoden und Ideen, wie Sie mit Instagram neue Kunden gewinnen und bestehende stärker an Ihre Marke binden.

Erfahren Sie, wie Ihnen Hootsuite bei folgenden Aufgaben hilft:

- Vorausplanen von Instagram-Content wodurch Sie wertvolle Zeit sparen
- Einbeziehen von Mitarbeitern und Influencern in Ihre Instagram-Strategie
- Auffinden von Inhalten, die sich für Unternehmen jeder Größe zum Teilen auf Instagram eignen

Instagram – die Chancen für Ihr Unternehmen

- Der durchschnittliche Instagram-Nutzer hält sich laut Econsultancy täglich 21 Minuten in diesem Social Media-Netzwerk auf.
- Das Nutzer-Engagement mit Top-Marken ist nach einer Forrester-Studie auf Instagram 58 Mal höher als auf Facebook und 120 Mal höher als auf Twitter.
- Die visuelle Orientierung von Instagram eignet sich perfekt zur Bewerbung von Markenkampagnen, aber auch für Lifestyle- und Einzelhandels-Content sowie zur Verbesserung der Mitarbeiter- und Kundenbindung.



Wie Hootsuite Ihnen dabei hilft, das meiste aus Instagram herauszuholen

- 1. Planen Sie Ihre Instagram-Content mit Hootsuite.** Verwalten Sie Ihre Fotos und Videos auf mehreren Instagram Konten mit Hilfe von Hootsuite. Sparen Sie Zeit, indem Sie eine ganze Ladung Beiträge (z. B. nostalgische „Throwback Thursday“- Fotos für einen ganzen Monat) auf einmal terminlich festlegen.
- 2. Zeitersparnis durch Teamwork.** In Hootsuite können Sie sichere Team-Workflows für Aufgabenzuweisungen und Nachrichtenfregaben einrichten – ebenso wie mehrere Such-Streams zum schnellen, einfachen Monitoring. So können Sie beispielsweise in Hootsuite einen Such-Stream erstellen, über den Sie die Kommentare zu den Instagram-Inhalten Ihrer Marke überwachen. Auch unterschiedlichste Aufgaben lassen sich spürbar vereinfachen – etwa die Weiterleitung von Posts auf Instagram, die den Kundendienst betreffen, an die entsprechende Abteilung. Dadurch sparen Sie Zeit und geben Ihren Mitarbeitern zudem auf sichere Weise Zugang zu Ihren sozialen Netzwerken. Noch ein Hinweis: Aufgabenzuweisungen können Sie unter Pro und Enterprise nutzen, Nachrichtenfregaben allerdings nur in Hootsuite Enterprise.
- 3. Beziehen Sie Mitarbeiter und Influencer in Ihre Markenstory ein.** Mit Hootsuite Enterprise können Sie Zugriffsberechtigungen einrichten, über die Influencer, Mitarbeiter und externe Agenturen problemlos Instagram-Inhalte liefern können. Der Content muss dann nur noch von Ihrem Markenteam freigegeben werden.
- 4. Leisten Sie noch mehr mit dem Hootsuite Ökosystem.** Dank unserer integrierten Apps können Sie Instagram direkt in Hootsuite noch auf mehrere andere Arten nutzen. [Mit TrendSpotttr](#) finden Sie Content zu Trendthemen, die für Ihre Marke, Branche oder Werbekampagne relevant sind. Mit den Geo-Suchkapazitäten von Vidpiq können Sie bei Events und Konzerten oder in Ihrer Region nach Kunden oder Fans vor Ort suchen.
- 5. Bieten Sie Ihren Kunden eine einheitliche Benutzererfahrung.** Ob nun ein Praktikant Schnappschüsse von einer Live-Veranstaltung schickt oder ein Markenmanager in der Firmenzentrale Content freigibt – mit Hootsuite ist es ganz einfach, Ihre Instagram-Aktivitäten zu skalieren und dafür zu sorgen, dass Ihre diversen Teams, externe Stellen und andere Beitragslieferanten vereinheitlichte Inhalte liefern. **Ein Hinweis:** Die Freigabefunktion ist nur in Hootsuite Enterprise verfügbar.

Wie Hootsuite Instagram noch leistungsfähiger macht



	mit Instagram	mit Hootsuite
Veröffentlichen Sie Content	✓	✓
Beobachten Sie Ihr Publikum und interagieren mit diesem	✓	✓
Suchen Sie nach Namen, Hashtags oder Standorten	✓	✓
Planen Sie Ihren Instagram-Content voraus und veröffentlichen diesen automatisch zu Ihrem Wunschtermin		✓
Verwalten Sie mehrere Instagram-Konten	✓	✓
Geben Sie mehreren Teams einen sicheren Zugang zu Instagram und weisen Aufgaben korrekt zu		✓
Speichern Sie Ihre Instagram-Suchergebnisse nach Namen, Hashtags oder Standorten, um einen besseren Einblick in die Aktivitäten und Reaktionen Ihrer Kunden und Mitbewerber zu erhalten		✓
Vereinheitlichte Plattform: Verwalten Sie Instagram, Facebook, Twitter, YouTube und Google+ in einer einzigen Benutzeroberfläche		✓
Bauen Sie Instagram aus: Arbeiten Sie mit Apps und Tools aus dem Hootsuite Ökosystem, um noch mehr aus Instagram herauszuholen		✓
Bauen Sie Instagram aus: Arbeiten Sie mit Apps und Tools aus dem Hootsuite Ökosystem, um noch mehr aus Instagram herauszuholen		✓

3 Marketingideen für Instagram

(und deren Umsetzung)



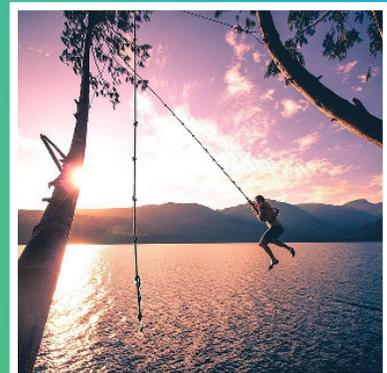
Zeig mir, wie es hergestellt wird.

Haben Sie ein interessantes Produkt anzubieten? Dann zeigen Sie doch, wie es erzeugt wird. Ob Sie Skateboards oder Düsenjets verkaufen – der Kunde interessiert sich immer dafür, wie seine Lieblingsprodukte entstehen. Marken und Handwerker, die die Geschichte hinter ihrem Produkt erzählen, können damit bei begeisterten Kunden die Markenbindung steigern.



Zeig mir die Menschen hinter dem Produkt.

Sind Sie in einer hochspezialisierten Branche tätig oder bieten Sie Industrieerzeugnisse an? Dann erzählen Sie doch einfach Geschichten über Ihre Mitarbeiter, Kunden und die Unternehmenskultur. Vom Foto, das ein Kranführer in Shanghai geschossen hat, bis zur Skizze, die ein Architekt auf eine Serviette gekritzelt hat – Instagram kann Mitarbeiterbindung, Brancheninteresse und Marktführerschaft ankurbeln.



Zeig mir etwas, das ich sonst nie zu sehen bekommen würde.

Ob Sie Extremsportler sponsern oder den Tourismus fördern wollen – Instagram kann die Welt auf ganz neue Arten zeigen. Mit den gestaffelten Zugriffsberechtigungen von Hootsuite können Sie problemlos Fotografen, Künstler und Influencer dazu einladen, auf Ihrem Instagram-Konto zu zeigen, wie sie Ihre Marke sehen.



Idee #1

Steigern Sie Ihren Umsatz, indem Sie Ihre Arbeitsweise vorstellen

Wenn Sie verkaufen wollen, dann zeigen Sie Ihre Produkt-Storys auf Instagram.

Folgen Sie dem Beispiel des Surfers Gabe Willis. [Wie der Instagram-Blog](#) berichtete, siedelte Willis wegen seines Studiums aus dem Strandparadies San Diego in die völlig flachen Betonstraßen von Oklahoma über. Weil er das Meer so vermisste, beschloss er, es mit dem Skateboarden zu versuchen. Eines Tages zerbrach sein Skateboard und er war so pleite, dass er sich kein neues leisten konnte. Um Geld zu sparen, bastelte er sich einfach ein eigenes.

Den Herstellungsvorgang dokumentierte er auf Instagram. Sein individuell gefertigtes Sportgerät sah nicht aus wie die modernen Skateboards, sondern erinnerte an altmodische hölzerne Boards. Willis präsentierte auf Instagram jeden Produktionsschritt, fand so immer mehr Follower und weckte damit das Interesse an seiner Arbeit

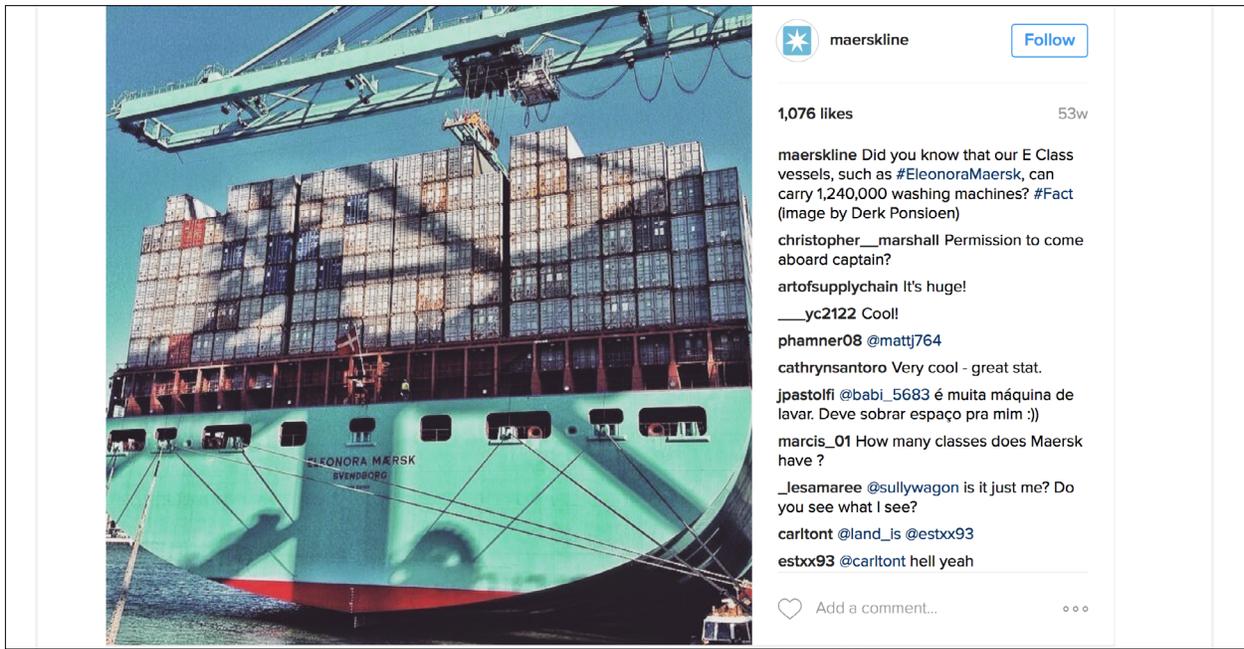
Irgendwann begannen seine Instagram-Follower nachzufragen, wo es diese einmaligen Skateboards denn zu kaufen gäbe. Bald darauf nahm Willis direkt über seinen Instagram-Account Bestellungen an.

Heute hat er eine Firma mit vier Vollzeitmitarbeitern und verkauft seine Skateboards in Fachgeschäften und online. Außerdem ermutigt er seine Kunden, in Fotos ihrer Boards auch sein Konto @strght zu markieren. So ist es ihm gelungen, eine kleine Kunden-Community zu schaffen und seine Produkte auf einer visuell orientierten Plattform zu präsentieren.



Wie Sie das mit Hootsuite erreichen

1. Nutzen Sie die in Hootsuite integrierten Features für die Vorausplanung und Veröffentlichung auf Instagram, um Zeit zu sparen. Schießen Sie morgens Ihre Fotos oder Videos und terminieren Sie deren Veröffentlichung über den ganzen Tag verteilt.
2. Erstellen Sie in Hootsuite einen speziellen Listening-Stream für Instagram. Damit können Sie Kunden, Mitbewerber oder verbreitete Branchenbegriffe beobachten. In diesem Video erfahren Sie, wie Sie in Hootsuite solche Listening-Streams einrichten.
3. Kooperieren Sie sicher im Team. Sie können als Team zusammenarbeiten, ohne auch nur an einen Mitarbeiter das Passwort Ihres Instagram-Kontos weiterzugeben. Möglich ist das dank der eingeschränkten Zugriffsberechtigungen von Hootsuite. So kann eine Nachwuchskraft in Ihrem Unternehmen beispielsweise Posts für den Kundendienst (etwa den Posts eines unzufriedenen Käufers) zuweisen, indem sie die Funktion „Aufgabenzuweisung“ nutzt: Der Mitarbeiter weist Ihnen als Manager den Kommentar zu und Sie kümmern sich darum.
4. Erhöhen Sie die Anzahl Ihrer Instagram-Follower mit [Hootsuite Campaigns](#). Damit können Sie eine wunderschöne Produktgalerie erstellen, Fans zur Abstimmung über ihr Lieblingsprodukt einladen und Leads (wie z. B. E-Mail-Adressen) für Follow-up-Werbeaktionen generieren.



Idee #2

Steigern Sie das Kundenvertrauen, indem Sie die Mitarbeiterperspektive präsentieren

Wenn Sie in einer hochspezialisierten Branche wie der Fertigungsindustrie oder dem Transportbereich tätig sind, dann konzentrieren Sie sich darauf, Ihren Kunden zu vermitteln, was Ihr Unternehmen so speziell macht: die Menschen, die darin arbeiten.

Genau diese Perspektive wollen die Menschen sehen – wie eine Studie der Kommunikationsagentur Edelman gezeigt hat: Von insgesamt 33.000 Endverbrauchern in 27 Ländern halten ganze 52 Prozent Mitarbeiter eines Unternehmens für äußerst glaubwürdig oder sehr glaubwürdig. In der Studie stellte sich auch heraus, dass die Allgemeinheit direkt von den Mitarbeitern als „Botschafter ihrer Firma“ hören möchte.

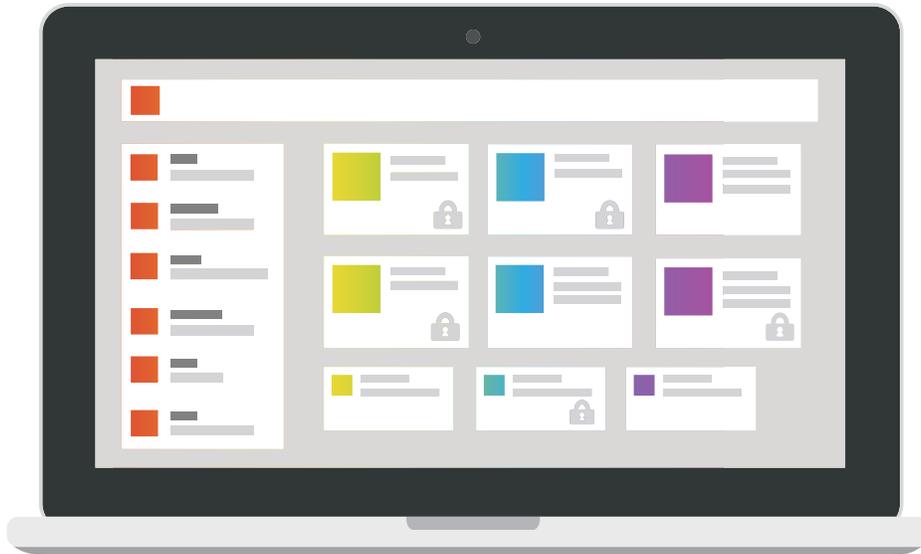
Als Maersk Line, die weltweit größte Containerschiff-Reederei, in die sozialen Medien einstieg, überraschte das nicht nur die Branche. Wie wollte das Unternehmen durch Bilder von großen Schiffen erreichen, sein B2B-Geschäft anzukurbeln?

Maersk nutzte Social Media anfangs dazu, die Kundennähe zu verbessern. Bald erkannte man im Unternehmen jedoch, dass sich hier viel mehr Chancen boten.

Wie die Reederei in ihrer Social Media-Strategie erläutert: „Wir haben erkannt, dass die sozialen Medien uns um einiges mehr zu bieten haben – etwa bessere Medienberichterstattung, vermehrtes Mitarbeiterengagement, größere Markenbekanntheit und sogar hochwertige Erkenntnisse und Informationen von Schifffahrtsexperten aus aller Welt.“

Mittlerweile teilt Maersk auf Instagram Tag für Tag Fotos, die das Unternehmen bei der Arbeit zeigen. Riesenschiffe, das leuchtende Maersk-Logo, die Werften und Autobahnen – lauter Szenen, die Mitarbeiter stolz darauf machen, bei dieser Firma arbeiten zu können.

Verwenden Sie Hootsuite dazu, Ihren Mitarbeitern aus aller Welt Gelegenheit zu geben, Inhalte zu Ihren offiziellen Markenkanälen beizusteuern. Damit eröffnen Sie ganz neue Gesichtspunkte: Sie stellen Ihre Marke aus vielen unterschiedlichen Perspektiven vor und machen sowohl Mitarbeiter als auch Kunden stolz darauf, Teil Ihrer globalen Geschichte zu sein.



Wie Sie das mit Hootsuite erreichen

1. Mit Hootsuite Enterprise können Sie Ihren Mitarbeitern eingeschränkte Zugriffsberechtigungen auf sicherer Basis geben. Die betreffenden Mitarbeiter können dann zwar keinen Instagram-Content veröffentlichen, aber ihn erstellen. Das bedeutet, dass Mitarbeiter aus aller Welt die Perspektive teilen, die sich an ihrem Arbeitsplatz eröffnet, und von ihren Mobilgeräten aus Instagram-Content erstellen können. Ihr Markenteam oder die Unternehmenszentrale kann diese Inhalte dann überprüfen, redaktionell bearbeiten und Veröffentlichungstermine dafür einplanen.
2. Legen Sie fest, wann Fotos oder Videos von Mitarbeitern an den Arbeitsstätten erscheinen sollen. Mitarbeiter können während ihrer Tätigkeit einen Schnappschuss anfertigen – z. B. oben in einer Kranführerkabine, mitten in Shanghai – und über Hootsuite abschieken. Automatisch wird Ihr Global Brand Manager dann über dieses Foto benachrichtigt, kann es freigeben oder bearbeiten – und schon erstellt Ihr Unternehmen Inhalte, die authentisch und markenkonform sind. Hinweis: Die Freigabefunktion ist nur in Hootsuite Enterprise verfügbar.
3. Wenn Sie tausende Mitarbeiter haben, bitten Sie Ihre globale Belegschaft, ihre Fotos oder Videos mit einem offiziellen Unternehmens-Hashtag zu markieren. So können Sie diese Fotos mit einem Listening-Stream für Instagram in Hootsuite ganz leicht finden.
4. Verstärken Sie die Nachrichtenwirkung im gesamten Unternehmen. [Verwenden Sie die Hootsuite Content-Bibliothek dazu](#), Mitarbeitern den Zugang zu freigegebenen Social Media-Inhalten zu geben, die sie dann selbst teilen können. So können Ihre Mitarbeiter beispielsweise Fotos und Videos über eine neue Produktlinie teilen, die mehr Beachtung in den Medien finden soll. Auf diese Art können globale Unternehmen tausende Mitarbeiter in ihre Social Media-Strategie einbeziehen. **Hinweis:** Die Content-Bibliothek ist nur in Hootsuite Enterprise verfügbar.



Idee #3

Inspirieren Sie Ihre Kunden und erhöhen Sie die Anzahl Ihrer Follower

Sie müssen kein Bungee-Jumping aus dem Weltall betreiben, um Kunden via Instagram zu inspirieren. Ob Sie nun Outdoor-Ausrüstung oder Windkraftanlagen anbieten – zeigen Sie Ihren Kunden neue Perspektiven, auf die sie im Alltag nie stoßen würden.

Der Mischkonzern General Electric wiederum setzt auf die unvermutete Schönheit der Technik: Gigantische Maschinen, Windparks und die Wunder der Wissenschaft inspirieren und informieren die Kunden. General Electric hat 185.000 Instagram-Follower.

Das auf Outdoor-Bekleidung spezialisierte US-Unternehmen The North Face fördert seinen Beliebtheitsgrad beispielsweise mit einem eigenen Instagram-Sportlerteam, das Fotos von abgelegenen Orten auf der ganzen Welt beisteuert, die der durchschnittliche Kunde wahrscheinlich nie im Leben „live“ sehen wird. Die Marke hat 758.000 Follower.

Das kanadische Handelsunternehmen Herschel Supply Co. hat bewiesen, dass man Instagram zu viel mehr als nur der Präsentation hübscher Produktfotos ihres Reisegepäcks nutzen kann. Die Firma kuratiert Fotos, die von Kunden und Fans beigesteuert werden, und teilt damit tausende unterschiedliche Auffassungen des Markenmottos #WellTravelled. Das Unternehmen freut sich über 567.000 Follower.

Wenn wir nach Fotos suchen, die wir auf unserer Instagram-Präsenz vorstellen wollen, dann wollen wir Bilder, die zu unserer übergreifenden Markengeschichte passen“, sagt Allison Butula, Social Media-Managerin von Herschel Supply Co. „Wir halten nach Fotos Ausschau, die diese Geschichte in [einem einzigen Bild](#) erzählen.“



Wie Sie das mit Hootsuite erreichen

Influencer, Sportler und Künstler haben bereits hinreichend bewiesen, dass sie Inhalte kreieren können, die auf Instagram ein breites Publikum erreichen. Hootsuite hilft Ihnen dabei, mit diesen Influencern zusammenzuarbeiten und dabei stets markenkonform zu bleiben.

1. Verwenden Sie Hootsuite, um von Ihren Fans oder Influencern erstellte Inhalte terminlich voranzuplanen und im Lauf der Woche zu veröffentlichen. Ihre terminierten Instagram-Beiträge können Sie mit dem Hootsuite Content-Kalender verwalten und redaktionell bearbeiten.
2. Starten Sie eine „Gastredakteur“-Kampagne auf Instagram: Laden Sie einen bekannten Sportler oder Künstler dazu ein, Fotos und Inhalte auf Ihrem offiziellen Unternehmens-Account zu veröffentlichen. Mit eingeschränkten Zugriffsberechtigungen kann der Gastredakteur direkt von seinem Mobilgerät Content abschicken; ein Markenmanager überprüft die Inhalte dann und veröffentlicht sie.
3. Speichern Sie Such-Streams in Hootsuite um Hashtags zu beobachten und auf neue Content-Ideen zu stoßen. Sie können auch Ihre eigenen Instagram-Streams dazu nutzen, Publikumsinteraktionen zu beobachten und zeitgerecht darauf zu reagieren.
4. [Setzen Sie TrendSpottr dazu ein](#), absolut im Trend liegende Fotos, Videos und Influencer zu beliebigen Tags, Themen oder Hashtags zu finden. Die App ist Teil des Hootsuite Ökosystems und unterstützt Sie dabei, die Themen zu entdecken und zu verfolgen, die derzeit auf Instagram besonders gut ankommen.
5. [Mit der Vidpiq-App für Instagram](#) in Hootsuite können Sie Nutzern folgen, die in einer bestimmten Stadt oder an einem Standort Ihrer Wahl Beiträge posten und mit Ihnen interagieren. Verwenden Sie diese App, um lokale Markenbotschafter zu finden, die Instagram-Inhalte für Ihre Marke erstellen.
6. Mit [Ow.ly](#) kürzen Sie die Links, die Sie bei Instagram publizieren. Damit können Sie auch feststellen, wie sehr Instagram Ihre Verkäufe und den Traffic auf Ihrer Website ankurbelt. Ein Tipp für Profis: teilen Sie Ihrem Zielpublikum in Instagram-Bildunterschriften mit, dass Sie in Ihre Instagram-Biografie einen Link zu Ihrer Website eingebaut haben. URLs in Bildunterschriften werden in Instagram nämlich nicht direkt verlinkt.

Checkliste: So vereinfachen Sie Ihre tägliche Arbeit mit Instagram

Nehmen wir einmal an, Sie sind Markenmanager und sollen einen großen PR-Event koordinieren. Da wollen viele Puzzleteile gleichzeitig an den richtigen Ort gebracht werden ... Wir verraten Ihnen, wie Hootsuite Ihnen dabei helfen kann.

Gleich nach dem Aufwachen sehen Sie sich in Hootsuite Ihren TrendSpottr-Feed an.

Als offiziellen Sprecher für Ihre aktuelle Kampagne haben Sie eine berühmte Sportlerin engagiert. Sie soll in wenigen Stunden bei Ihrem Event auftreten und dort der Welt Ihre neuen Laufschuhe empfehlen. [TrendSpottr](#) zeigt Ihnen innerhalb von Hootsuite die populärsten Konversationen zu Ihrem geplanten Event

Sie terminieren die Veröffentlichung eines Fotos, das gerade im Trend liegt.

Ein inspirierendes Zitat besagter Sportlerin wird auf Instagram gerade zum Trend. Sie verwenden Hootsuite dazu, die Veröffentlichung dieses Zitats terminlich festzulegen. Wenn die Menschen in Berlin aufstehen, werden sie es in ihren Instagram-Feeds sehen. Sie legen auch bei Facebook, Twitter und Google+ den Veröffentlichungszeitpunkt fest – alles direkt im Hootsuite Dashboard.

In der U-Bahn erhalten Sie eine Benachrichtigung.

Sie stammt von einer Nachwuchskraft in Ihrem Pariser Büro. Dieser Mitarbeiter hat eingeschränkte Zugriffsberechtigungen in Hootsuite und hat ein Instagram-Foto markiert, das Sie bitte überprüfen sollen. Es zeigt die Mutter der Sportlerin, die an diesem Morgen fotografiert wurde. Sie bearbeiten schnell den Bildtext und planen die Veröffentlichung des Fotos auf Instagram für den Abend ein. Hinweis: Die Freigabefunktion ist nur in Hootsuite Enterprise verfügbar.

Ein bedenklicher Selfie trifft ein.

Sie haben der berühmten Sportlerin eingeschränkte Zugriffsberechtigungen in Hootsuite erteilt, damit sie während ihrer Fahrt zum Medien-Event Fotos und kleine Updates abschicken kann. Sie öffnen Hootsuite, um die Beiträge freizugeben. Da merken Sie, dass

eines der Fotos Tippfehler in der Bildunterschrift enthält und außerdem nicht markenkonform ist. Sie lehnen dieses Bild ab und veröffentlichen die anderen auf den Instagram-, Facebook- und Twitter-Accounts Ihrer Marke. Hinweis: Die Freigabefunktion ist nur in Hootsuite Enterprise verfügbar.

Die Veranstaltung ist gut besucht – und Sie entdecken dort lokale Influencer.

Während die berühmte Sportlerin den Medien Interviews gibt, beobachten Sie Ihren [Vidpiq-Stream in Hootsuite](#) und ermitteln so die Reaktionen von Fans, Journalisten und Influencern in einem Umkreis von 30 Kilometern um den Veranstaltungsort. Fans, die draußen bleiben mussten, beklagen sich darüber, dass sie nichts von ihrer Lieblingssportlerin zu sehen bekommen. Sie veröffentlichen sofort ein Backstage-Foto, um die Fans für das Warten zu belohnen und ihnen eine Insider-Perspektive zu liefern.

Am nächsten Tag verstärken Sie Ihre Botschaft über alle Kanäle.

Nach dem Event analysieren Sie, welche Inhalte am besten angekommen sind. Die beliebtesten Fotos laden Sie in die Hootsuite Content-Bibliothek hoch, damit Ihre Teams und Mitarbeiter in aller Welt sie teilen können. Mit Hilfe von Hootsuite Campaigns kreieren Sie auch eine Galerie der besten Fan-Fotos und -Beiträge. Wenn Sie wollen, dass der Beitrag schnell an Zugkraft gewinnt, erstellen Sie in [Hootsuite Ads](#) mit nur zwei Mausklicks eine Facebook-Werbeanzeige, die Ihre Kampagne verstärkt.

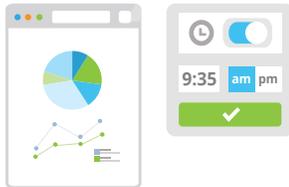
Nachmittags analysieren Sie Ihren Erfolg.

Da Sie Ihre Links für Instagram mit [Ow.ly](#) gekürzt haben, können Sie mit Hootsuite Analytics mühelos einen Bericht erstellen, aus dem ersichtlich ist, wie die Aktivitäten auf Instagram sich auf Ihre Website-Zugriffe, das Nutzer-Engagement und die Verkaufszahlen auswirken.

Über Hootsuite Enterprise

Beschleunigen Sie jetzt Ihr Social Business mit Hootsuite

Social Marketing



Social Selling



Mitarbeiterbotschafter



Social Customer Service



Hootsuite ist die weltweit meistgenutzte Plattform zur Verwaltung von Social Media. Die Software hat weltweit mehr als 10 Millionen Benutzer und über 800 Unternehmen der Fortune 1000 setzen täglich ihr vollstes Vertrauen in sie.

Mithilfe von Hootsuite Enterprise können Organisationen im Zeitalter der sozialen Medien Unternehmensstrategien umsetzen und Social Media-Aktivitäten übergreifend in den unterschiedlichsten Teams, Abteilungen und an globalen Standorten skalieren. Die vielseitige Plattform unterstützt ein wachsendes Ökosystem sozialer Netzwerke sowie mehr als 200 Unternehmensanwendungen und Integrationen. Dies ermöglicht die Erweiterung bereits bestehender Systeme und Programme um den Faktor Social Media.

Gemeinsam mit unseren Channel- und Agenturpartnern unterstützen wir Organisationen beim Aufbau nachhaltiger Beziehungen zu Kunden, der fortlaufenden Berücksichtigung der Marktbedürfnisse, Umsatzsteigerung und Gewinnung wertvoller Erkenntnisse aus Social Media-Daten. Innovationsgetrieben seit der ersten Stunde setzen wir uns für Organisationen ein, die die Social Media-Landschaft erschließen wollen und sorgen durch Schulungen im Produkt, für Gruppen und die gesamte Organisation sowie mit Sicherheits- und Compliance-Services für ihren Erfolg.

Fragen Sie jetzt nach einer individuell zugeschnittenen Demo auf enterprise.hootsuite.com

Über 800 Unternehmen der Fortune 1000 vertrauen Hootsuite

