

zusammenfassung master thesis

Thema: **Die Bedeutung von sozialen Medien in der Kommunikation von Familienunternehmen**

Forschungsfrage: Wie werden soziale Medien in Familienunternehmen eingesetzt und wie nutzen Kunden von Familienunternehmen diese?

Verfasser/in: Lisa Rädler, BA

Abschlussjahr: 2017

1 problemstellung

Noch nie sind so viele Ressourcen in Form von Zeit und Geld in die Kommunikation investiert worden wie heute und trotzdem ist Kommunikation so erfolglos wie noch nie. Die unzähligen Möglichkeiten sich Informationen zu beschaffen, erschweren es dem Unternehmen wahrnehmbar zu kommunizieren.

2 kurzzusammenfassung und ergebnis

**EINSATZ
(UNTERNEHMENSSEITE)**

- viel Potenzial noch nicht ausgeschöpft
- hauptsächlich nur Facebook
- Bewertungsplattformen wichtig
- Instagram noch nicht so angenommen

**NUTZUNG
(KUNDENSEITE)**

- viel klassische Medien (Facebook, OTAs)
- wenig neue (Snapchat, Pinterest, Instagram)

3 empfehlungen für familienunternehmen

- Geplante Implementierung von Sozialen Medien in die Unternehmensstrategie.
- Inhalte in den relevanten Sozialen Medien teilen.
- Mehr Fokus auf Youtube und Videoinhalte legen.
- Klare Positionierung als Familienunternehmen in den Sozialen Medien.
- Multi-Channel-Kommunikationsstrategie.
- Suchmaschinenoptimierung (SEO).

KONTAKT

MCI Management Center Innsbruck
Zentrum Familienunternehmen
Universitätsstraße 15
6020 Innsbruck
Tel: +43 512 2070 7101

Email: familienunternehmen@mci.edu
Web: <http://familienunternehmen.mci.edu>