Mittelstand 4.0 – Agentur
HANDEL

XING

Folgende **Kommunikationsziele** können mit einer Unternehmenspräsenz auf XING verfolgt werden:

- Aufbau des Unternehmensimages
- Aufbau eines Netzwerks (Kundengewinnung und Kundenbindung)
- Positionierung als Experte zu einem bestimmten Thema
- Positionierung des Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber und Unterstützung bei der Personalrekrutierung

ALLES AUF EINEN BLICK

Gründung:
2003

Nutzer Deutschland:
10,5 Millionen (D-A-CH-Region), davon 880.000 Premium-Mitglieder (Stand 2016)

Nutzer weltweit: –

Plattformtyp:
Berufliches Netzwerk

Vorteile

- Veranstaltungen und Messen organisieren
- Aufbau des Unternehmensimages
- Möglichkeit, Werbeanzeigen für neue Ware, wie beispielsweise Maschinen, zu schalten
- Diskussionen in Fachgruppen
- KMU können Stellenangebote einstellen (kostenpflichtig)
- Positionierung durch kompetente Beiträge (z. B. in Gruppen) als attraktiver Geschäftspartner und Arbeitgeber
- In Gruppen können potenzielle Kunden zielgruppengenau akquiriert werden
- Möglichkeit, Suchen und Angebote zu formulieren, wodurch ein B2B-Unternehmen zum Beispiel gezielt nach Fachpersonal suchen kann
- Viele Bewerber informieren sich im Vorfeld bei XING über Unternehmen; Mitarbeiter können dort Bewertungen zur wahrgenommenen Qualität und Attraktivität des Arbeitgebers abgeben

Herausforderungen

- Mitarbeiter mit ihren persönlichen Profilen spielen eine wichtige Rolle, um Inhalte des Unternehmens weiter zu verbreiten; Mitarbeiter sind zu motivieren, um Nachrichten mit ihrem Netzwerk zu teilen
- Dabei sollte eine möglichst einheitliche Kommunikation im Interesse des Unternehmens sichergestellt werden
- XING ist bei internationaler Unternehmensausrichtung nicht unbedingt ausreichend, da sich das Netzwerk auf die D-A-CH-Region fokussiert
- XING-Kontakte, welche über einen Mitarbeiter hergestellt wurden, der zu späterem Zeitpunkt nicht mehr für das Unternehmen arbeitet, könnten nicht mehr zugänglich sein[2]

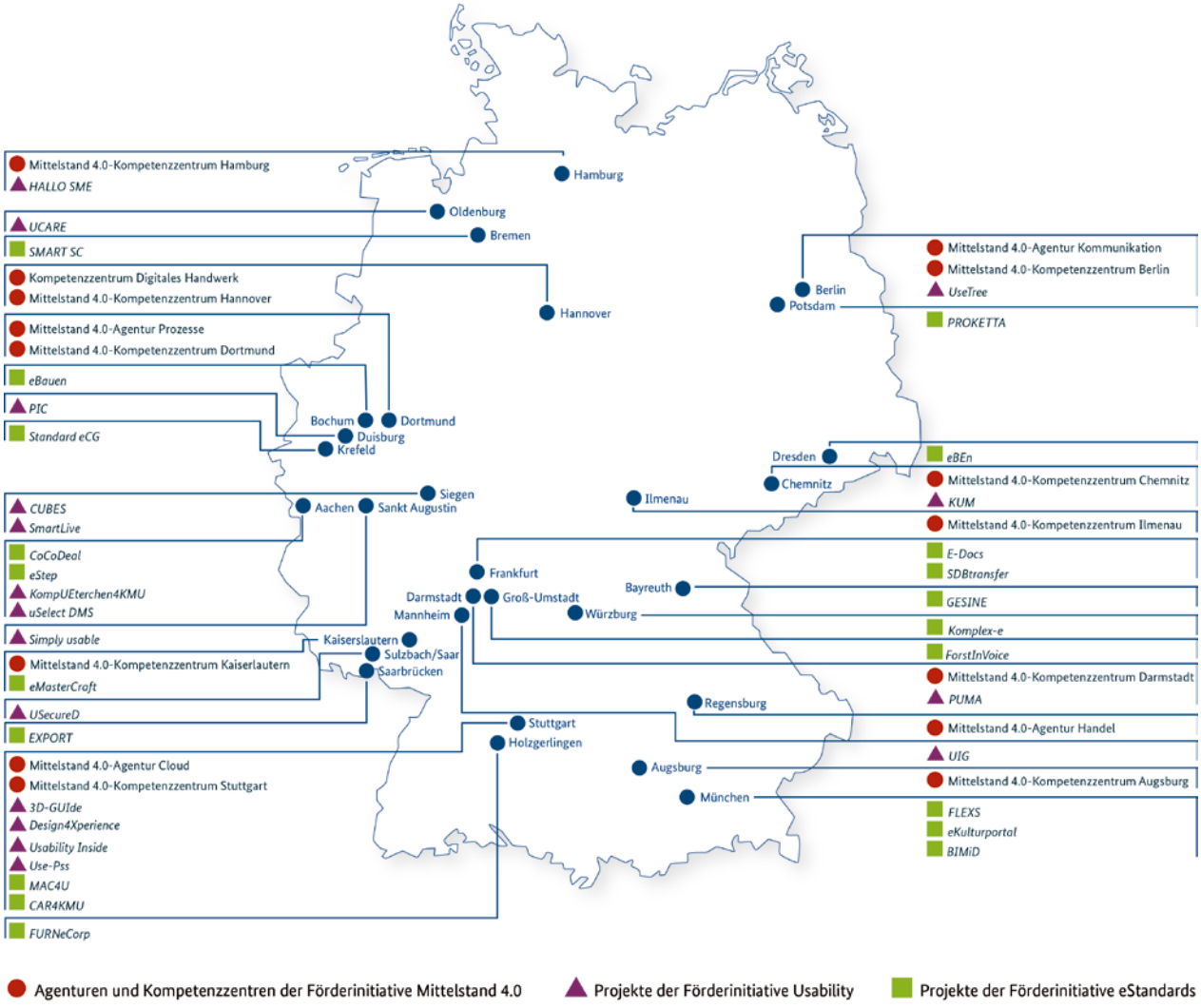
Mittelstand-Digital

Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Über Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse

In der Förderinitiative „Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse“ werden bundesweit Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren, ein Kompetenzzentrum Digitales Handwerk und vier Mittelstand 4.0-Agenturen im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – Strategien zur digitalen Transformation der Unternehmensprozesse“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert.

Der Förderschwerpunkt unterstützt Unternehmen beim intelligenten Einsatz von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und stärkt damit ihre Wettbewerbsfähigkeit. „Mittelstand-Digital“ setzt sich zusammen aus den Förderinitiativen „Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse“, „eStandards: Geschäftsprozesse standardisieren, Erfolg sichern“ und „Einfach intuitiv – Usability für den Mittelstand“.



XING ist eine von mehreren Social-Media-Plattformen, die Sie nutzen können. Sie möchten mehr erfahren? Informieren Sie sich mit unserem Leitfaden **„Social Media für kleine und mittlere B2B-Unternehmen“.**

Kostenfreier Download und weitere Informationen unter

www.handel-mittelstand.digital
www.mittelstand-digital.de