

22.02.2011 – 09:20 Uhr

Hochschulmarketing: Bain & Company verstärkt Facebook-Aktivitäten und leistet Pionierarbeit in der Beratungsbranche

München/Zürich (ots) - - Bain baut Facebook-Aktivitäten im deutschsprachigen Raum aus

- Exklusive Aktionen und interaktive Veranstaltungsformate fördern den Dialog mit Studierenden und Top-Hochschulabsolventen
- Innerhalb weniger Wochen vervierfachte Bain die Anzahl seiner Fans auf der unternehmenseigenen Facebook-Seite

Die Unternehmensberatung Bain & Company setzt verstärkt auf Social Media. Vor allem das soziale Netzwerk Facebook wird künftig eine wichtige Rolle im Hochschulmarketing der Beratung einnehmen. Mit dem "Ask Bain Chat", Fotoaktionen und exklusiven Events bietet die Unternehmensberatung ihrer deutschsprachigen Online-Community einzigartigen Mehrwert. Weltweit betreibt Bain schon seit einigen Jahren eine Facebook-Fanseite. 2010 ging die Beratung auch mit ihrer deutschsprachigen Facebook-Seite online. Damit ist Bain & Company Vorreiter in der Consultingbranche.

Einmal die Flure der Bain-Zentrale in Boston entlanggehen oder den Ausblick vom Schreibtisch eines Bain-Beraters in Tokyo erleben? Zumindest virtuell wird das auf Facebook bald möglich sein. Im Album "Bain Offices Around The World" stellen Bain-Mitarbeiter nach und nach selbst aufgenommene Fotos ein. Um das Interesse der Studierenden und Top-Hochschulabsolventen an Bain & Company weiter zu steigern und die Fangemeinde auf Facebook stetig zu vergrößern, setzt die Unternehmensberatung neben vielen visuellen Angeboten auf Interaktion und exklusive Inhalte für die Facebook-Community. Mit dem "Ask Bain Chat" wird im Frühjahr 2011 ein neues Format auf der Facebook-Seite von Bain vorgestellt, bei dem die Nutzer ihre Fragen in Form kurzer Videobotschaften direkt an einen Bain-Partner senden können. Dieser beantwortet die Fragen anschließend für alle Teilnehmer per Videobotschaft.

"Wir bewegen uns in dem von unserer Zielgruppe bevorzugt genutzten Medium", sagt Diana Eid, Recruiting-Leiterin bei Bain & Company im deutschsprachigen Raum. "Bain ist dort, wo die Studierenden sind." Über Facebook ist es möglich, eine breite Personengruppe zu erreichen. Gleichzeitig erlauben die Selektionsmechanismen eine zielgruppengenaue Ansprache. Die Kommunikation verläuft aber keinesfalls einseitig, vielmehr findet ein Dialog statt. "Die Studierenden können jederzeit und unkompliziert mit uns in Interaktion treten. Denn seit der Bologna-Umstellung haben sie viel weniger Zeit, um regelmäßig Events oder Messen zu besuchen", so Eid.

Social Media gewinnt im Kommunikationsmix stetig an Bedeutung. Laut Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) wollen 70 Prozent der Unternehmen ihr Social Media-Budget auf bis zu 20 Prozent ihrer Gesamtausgaben für Kommunikation erhöhen. Vor allem als Feedbackkanal nutzen Unternehmen dieses Medium zunehmend. Deshalb wird sich die Rolle anderer Kommunikationswerkzeuge zwangsläufig verändern. Diana Eid, die die deutschsprachige Facebook-Seite von Bain verantwortet, gibt ein Beispiel: "Recruiting-Veranstaltungen werden sich bei Bain in Zukunft noch mehr um Inhalte drehen und weniger darum, reine Aufmerksamkeit zu erzeugen." Denn breite Aufmerksamkeit kann heute viel schneller und vor allem ressourceneffizienter durch den gezielten Einsatz von Social Media erreicht werden.

Soziale Netzwerke wie Facebook bieten diverse Möglichkeiten, ein Unternehmen wie Bain & Company kennenzulernen. Statusmeldungen, Fotos vom Bain Freiwilligentag "Community Impact Day", an dem alle Mitarbeiter in einer gemeinnützigen Einrichtung tätig sind oder die Mobile-Foto-Uploads des jungen Beraters Toni von seinen Geschäftsreisen machen die User auf eine neue Art mit Bain vertraut. Einen Vorteil sieht Recruiting-Chefin Diana Eid in der direkten Kommunikation: "Über Facebook ist eine schnelle und einfache Kontaktaufnahme mit uns möglich." Das kann zum Beispiel die Bitte sein, die "Bain Lectures" - Fachvorträge, die Bain & Company im Rahmen von Vorlesungsveranstaltungen an Universitäten hält - zukünftig per Livestream zu übertragen oder eine konkrete Frage zum Berufseinstieg. "Wir stehen in der Bringschuld, die Studierenden mit Informationen zu versorgen. Und das tun wir gerne. Denn wir konkurrieren mit Top-Unternehmen um eine handverlesene Gruppe Studierender, die verstehen möchte, zu welchem Arbeitgeber sie passt."

Dass sich die Plattform für mehr als die reine Verbreitung von Informationen eignet, erlebten rund 300 Studierende der Bucerius Law School vergangenen Dezember in Hamburg. Sie hatten an der Weihnachtsaktion 2010 auf der Facebook-Seite der Beratung teilgenommen und einen Besuch beim Bain-Stand auf dem Fleetinsel Weihnachtsmarkt gewonnen - inklusive Glühwein und Bratwürstchen. Bei der Aktion ging es darum, die Heimatuniversität mit einem Klick auf das von Bain veröffentlichte Universitätslogo zu unterstützen. "Die Aktion

war ein voller Erfolg. Innerhalb kürzester Zeit kamen wir mit nahezu allen Studierenden der Bucerius Law School ins Gespräch. Und da die Beteiligung so groß war, wird es 2011 eine Fortsetzung geben", resümiert Eid.

Die Bereitschaft von Unternehmen derartige Aktionen durchzuführen und Social Media aktiv für ihre Kommunikation zu nutzen, vollzieht sich nicht immer einfach. Noch zögern Unternehmen vor dem vermeintlichen Kontrollverlust und verändern ihre Einwegkommunikation nur schleppend. "In meinen Augen ist die größte Gefahr, die Bedeutungszunahme von Social Media zu verpassen, aus Angst etwas falsch zu machen," sagt Eid. "Natürlich darf man die Nutzer nicht mit banalen oder irrelevanten Inhalten überschütten. Das kann sich schnell negativ auswirken", ergänzt Pierre Deraëd, Marketing- und Kommunikationsleiter von Bain & Company. Die regelmäßige Kontrolle der Seite sei, so Deraëd, selbstverständlich ein Muss.

Auch wenn Social Media meist kostenlos zur Verfügung steht, ist der Betreuungsaufwand nicht zu unterschätzen. Im Unternehmen müssen Ressourcen dafür geschaffen werden, zum Beispiel in Form eines internen oder auch externen Social Media Managers. Bei Bain kümmert sich ein Redaktionsteam, bestehend aus Mitarbeitern der Recruiting- und Kommunikationsabteilung sowie Beratern um die Seite. Alle Kolleginnen und Kollegen, die auf der Bain-Facebook-Seite posten, sind dort mit ihrem Bild zu finden.

Besuchen Sie uns bei Facebook: www.facebook.com/BainCompany

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik
Bain & Company Germany, Inc.
Karlsplatz 1, 80335 München
Tel: +49 (0)89 5123 1246, E-Mail: leila.kunstmann@bain.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100619532> abgerufen werden.