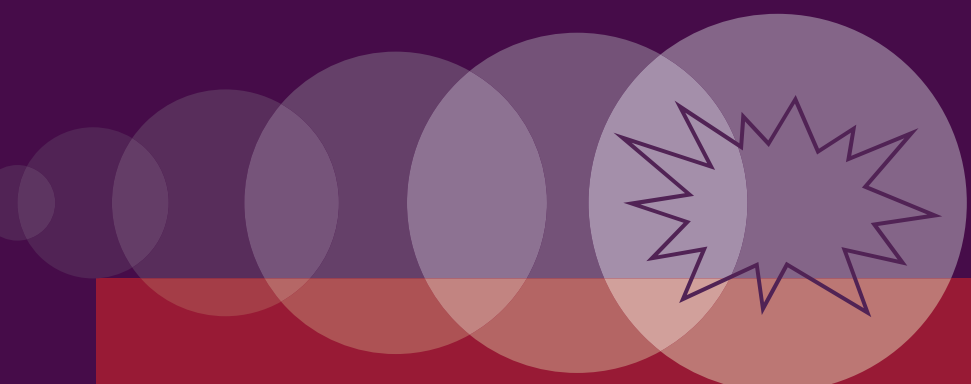


Hans-Uwe L. Köhler (Hrsg.)

Die besten Ideen für erfolgreiches Verkaufen



Erfolgreiche Speaker
verraten ihre
besten Konzepte und geben
Impulse für die Praxis

■ COLLIN CROOME

Der Kunde ist schon da

Social-Media-Vertrieb mit Erfolg

Social Media ist nicht nur das Top-Thema der letzten Jahre, es hat das Marketing und den Vertrieb revolutioniert. Es hilft Ihnen dabei, den Kunden dort zu erreichen, wo er ist. Welche enormen Möglichkeiten Social Media bieten, worauf es wirklich ankommt, mit welcher Strategie und mit welchen verfügbaren Werkzeugen Sie in Marketing und Vertrieb durch Social Media in Zukunft wirkungsvolle Erfolge erzielen, erfahren Sie auf den folgenden Seiten. Zusätzlich erhalten Sie wertvolle Tipps und lernen die häufigsten Fehler zu vermeiden.

In den Bereichen Kommunikation, Marketing und Vertrieb haben wir in den letzten fünf Jahren mehr Wandel erfahren als in den vorherigen 50 Jahren zusammen. Klassische Medien (wie Print, Radio, TV) verlieren immer mehr an Bedeutung. Marktanteile sinken und Werbebudgets verschieben sich zunehmend in Richtung online. Inzwischen hat das soziale Netzwerk Facebook allein eine deutlich höhere Reichweite als die traditionellen Medien.

Das neue Internet

Menschen aus allen Lebensbereichen tauschen sich heutzutage im Internet aus und hinterlassen persönliche Meinungen und Informationen. Nicht nur, dass sie in hohem Maße eigene Inhalte (wie Texte, Fotos, Videos) erstellen und publizieren können, sie sprechen auch

über Produkte und teilen ihre Eindrücke, Erfahrungen und Ansichten im Social Web. Somit können die Ansichten einzelner Personen entscheidenden Einfluss auf die Wahrnehmung und den Kaufanreiz von Marken und Produkten haben. Früher haben die Unternehmen selbst ihre Markenwerte definiert und entsprechend einseitig kommuniziert. Heutzutage vertraut die Öffentlichkeit eher ihrem persönlichen Umfeld als der klassischen Werbung.

Das Web 2.0 und Social Media bieten eine Vielzahl neuer Möglichkeiten, um mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten, sowie die eigene Expertise, seine Marke oder sein Produkt eindrucksvoll zu präsentieren, zu vermarkten und erfolgreich zu verkaufen. Über eine Milliarde Menschen nutzen soziale Netzwerke wie Facebook, Google+, Twitter, YouTube, LinkedIn und XING. Social Media sind somit keine vorübergehende Erscheinung – sie sind für viele Menschen zu einem festen und zentralen Bestandteil des Lebens und der täglichen Kommunikation geworden. Beruflich wie privat – zu Hause und unterwegs.

Social-Media-Marketing

Immer mehr Unternehmen entdecken die Möglichkeiten von Social-Media-Marketing – mit durchschlagendem Erfolg. Nie zuvor konnte man seine Zielgruppe so dediziert finden und direkt ansprechen.

Das primäre Ziel aller Social-Media-Aktivitäten ist es, ein eigenes, qualitativ hochwertiges Netzwerk aufzubauen, zu pflegen und darüber aktiv zu kommunizieren.

Soziale Netzwerke können dabei helfen, die eigene Markenbekanntheit und die Besucherzahlen seiner Website zu steigern, Neukunden und Mitarbeiter zu akquirieren, mit Kunden, Kollegen und Freunden in Verbindung zu bleiben oder auch direktes Feedback von Endkunden zu bekommen. Empfehlungsmarketing ist heute wichtiger als je zuvor. Aus diesem Grund sollte das primäre Ziel aller Social-Media-Aktivitäten fest in Management, Vertrieb und Marketing verinnerlicht werden:

Wie bringen wir Menschen dazu, gut über uns und unsere Marke zu reden? Und wie machen wir unsere Kunden und Kontakte ganz gezielt und systematisch zu Top-Verkäufern unserer Angebote, Produkte und Services?¹

Welche Plattform ist die richtige?

Dies ist primär eine Frage Ihrer Ziele und Ihrer Zielgruppe. Wollen Sie neue Märkte erschließen, Produkte verkaufen, Ihr Unternehmen präsentieren oder neue Mitarbeiter gewinnen? Es gibt für alle Bedürfnisse eine eigene Plattform, aber grundsätzlich sollten Sie dort präsent sein, wo Ihre Kunden aktiv sind, und die Netzwerke wählen, die Ihnen die meisten Möglichkeiten bieten. Im Moment führt kein Weg am weltweit führenden Social Network Facebook vorbei.

Facebook

Facebook ist mit Abstand die wichtigste Social-Media-Plattform und bietet die meisten Funktionen und Möglichkeiten. Mitte 2012 hatte das Netzwerk über 900 Millionen aktive Mitglieder, davon 23 Millionen aus Deutschland. 50 Prozent aller Nutzer besuchen die Website täglich und nutzen sie im Schnitt 60 Minuten. Jeden Tag publizieren die Facebook-Nutzer weltweit rund 3 Milliarden Nachrichten und laden 250 Millionen Bilder hoch. Die am schnellsten wachsende Gruppe sind dabei nicht Jugendliche, sondern die 55- bis 65-Jährigen. Seit 2010 ist Facebook die meistbesuchte Website der Welt und hat Google auf den zweiten Platz verwiesen. Bemerkenswert ist auch die mobile Nutzung: 500 Millionen Menschen nutzen Facebook unterwegs von einem Smartphone aus, Tendenz steigend. Der durchschnittliche Facebook-Nutzer ist 38 Jahre alt, hat 130 Freunde, ist mit 80 Seiten, Gruppen und Events verbunden und veröffentlicht 90 Inhalte pro Monat.

¹ Zitat aus: Schüller, Anne M. / Schwarz, Torsten: *Leitfaden WOM Marketing*, Marketingbörse, Waghäusel 2010

Das Facebook-Profil

Das eigene Facebook-Profil ist für viele Nutzer das digitale Zentrum der Persönlichkeit. Es dient zur Selbstpräsentation und ist für viele ein wichtiger Ausdruck ihrer Individualität. Auf einer Zeitachse werden alle Aktivitäten chronologisch gesammelt und übersichtlich präsentiert. Wie viel man von seinem eigenen Leben preisgibt und mit wem man dies teilt, bleibt jedem selbst überlassen. Hierzu gibt es detaillierte Einstellungsmöglichkeiten.

Unternehmen auf Facebook

Neben der privaten Nutzung können Unternehmen kostenlos eine eigene Facebook-Seite anlegen – die sogenannte »Fanpage«. Millionen Unternehmen und Marken haben inzwischen eine eigene Präsenz auf der Plattform. Die 300 erfolgreichsten Marken auf Facebook haben jeweils mehr als eine Million Fans – die größten davon mehr als 60 Millionen Fans pro Seite. Und dies sind nicht automatisch generierte Verbindungen: Jeder einzelne Nutzer hat sich aktiv verbunden und sich dazu bereit erklärt, über Neuigkeiten und Aktionen informiert zu werden. Postet ein Unternehmen etwas auf seiner Fanpage, egal ob es sich dabei um Texte, Bilder, Videos, eine Umfrage oder eine Veranstaltung handelt, so wird dieser Eintrag bei allen Fans auf der eigenen Facebook-Startseite, dem sogenannten Newsfeed, angezeigt.

Im Gegensatz zu einem privaten Profil, das meist nur für die eigenen Freunde zugänglich ist, sind Facebook-Fanpages immer öffentlich. Sie können von jedem aufgerufen werden, auch wenn der Besucher selbst nicht bei Facebook registriert ist. Ein weiterer Vorteil: Auch Suchmaschinen greifen auf diese Seiten zu und indexieren sie. Es ist also mehr als sinnvoll, eine eigene Facebook-Fanpage aufzubauen, sie regelmäßig zu aktualisieren und interessante Inhalte zu liefern, die bei den Fans Anklang finden und bestenfalls weiterempfohlen werden.
www.facebook.com/pages

Facebook-Anwendungen

Einer der Erfolgsfaktoren von Facebook besteht darin, das Netzwerk durch eigene Anwendungen, die sogenannten »Facebook-Apps«, zu



Collin Croome

ist Trainer, Speaker und Inhaber der Onlinemarketing- und Social-Media-Agentur »coma2 e-branding«. Seit 1991 gilt er als Experte für digitales Marketing und neue Medien und war über zehn Jahre für Apple auf internationalen Konferenzen und Messen aktiv. Er ist ein Mann der Praxis und erlangt seine Erfahrung und Kompetenz durch die tägliche Arbeit in seiner Agentur, in der er seit 15 Jahren internationale Unternehmen und Premium-Marken betreut.

↳ www.croome.de