

Social Media: Facebook & Co

Facebook, Instagram, WhatsApp und YouTube, Twitter, LinkedIn, Xing, etc. Sie kennen vielleicht nicht alle, werden aber von dem einen oder anderen sicher schon gehört haben. Egal wie Sie persönlich darüber denken – Social Media stellt heute den wichtigsten Kommunikationskanal unserer Gesellschaft dar. Schauen Sie sich einmal um – wie viele Personen haben ein Smartphone in der Hand? Nicht nur junge. Mehr als 50% aller Facebook-Nutzer sind 30 bis 60 Jahre alt – Ihre Zielgruppe!

Der größte Vorteil dieser Medien ist, dass die Kosten vernachlässigbar sind. Sie haben direkten und persönlichen Zugang zu Ihren (potenziellen) Kunden – und das gratis. Hier zählt nicht das Werbebudget sondern nur der Content, das was Sie kommunizieren, die Idee. Wenn Sie die Bedürfnisse der User treffen, haben Sie gewonnen. Der Zeitaufwand dafür darf allerdings auch nicht unterschätzt werden.

Wie starten? Wenn Sie selbst noch nicht so internetaffin sind, reden Sie einmal mit Ihren Kindern oder Ihren jüngeren Mitarbeitern. Begeistert (darüber, dass Sie sich dafür interessieren) werden Sie diese in die Welt des Social Media einführen. Es gibt aber auch professionelle Agenturen, die sich darauf spezialisiert haben (bei Interesse fragen Sie uns, wir stellen gerne den Kontakt her) und Ihnen am Anfang unter die Arme greifen. Die Kosten belaufen sich auf ein paar hundert Euro und Sie sind in professionellen Händen.

Welche Medien kommen für Sie bzw. Ihre Kunden in Frage?
Sinnvoll erscheinen die ersten vier genannten: Facebook stellt sicher die Basis dar. Wenn z.B. Palmers einen neuen BH seiner Jugendlinie P2 auf F präsentiert, ist er garantiert in den ersten beiden Tagen ausverkauft – Palmers ist allerdings schon ein bisschen länger aktiv. Sie können diese Plattform für Produktpräsentation nutzen, für Aktionsangebote oder CSR-Maßnahmen (siehe Serie, Teil 5), etc.

Auf Instagram posten Sie Fotos – und gerade Sie haben Produkte, die optisch etwas hergeben. Mit dem Smartphone fotografiert und eingestellt, rinnt sicher schon vielen das Wasser im Mund zusammen! Eine whatsapp-Gruppe oder das Betreiben eines YouTube-Kanals ist dann schon ein wenig aufwändiger – hat aber natürlich auch schon eine andere Qualität.

Helmut E. Münch, Unternehmens-

berater, **www.corsor.at**

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at