

Share

Like

Photo

News



FACEBOOK UND CO.

# Social Media fürs Marketing nutzen

Der private Facebook-Account ist für viele inzwischen zur Selbstverständlichkeit geworden. Aber auch Firmenseiten lassen sich über Facebook verwalten. Mit ein bisschen Übung lässt sich so ganz einfach Eigenmarketing betreiben und der Bekanntheitsgrad erhöhen.

**D**irektes Feedback von den Kunden bekommen, kostenfrei Informationen unter den eigenen „Followern“ teilen und Aktionen regional bewerben – All das ist mithilfe von Social Media möglich. Die virtuelle Welt bietet viele spannende Möglichkeiten, aber es verstecken sich auch einige Fallstricke. Im Folgenden geht es um die wichtigsten Grundsätze – dabei konzentrieren wir uns auf Facebook, den absoluten Marktführer.

Wer über das Marketing mithilfe von sozialen Medien nachdenkt, sollte sich zunächst privat in den Netzwerken umsehen, Kontakte knüpfen und ausprobieren, was möglich ist. In Facebook können Unternehmensseiten und die von Privatpersonen getrennt angelegt werden. Wer sich zunächst privat anmeldet, kann später weitere Seite hinzufügen. Verwaltet werden können beide Seite gemeinsam auf dem PC oder per App auf dem Smartphone oder

Tablet, der Wechsel zwischen verschiedenen Seiten geht blitzschnell.

Denken Sie daran: Das Internet vergisst nicht – Facebook schon gar nicht. Es gibt zwar geschlossene Foren, trotzdem ist in der Regel nicht zu überblicken, wer mitliest. Deshalb lautet die wichtigste Grundregel in allen sozialen Netzwerken: „Veröffentliche nichts, was nicht auch in einer Gaststätte offen gesagt würde.“ Wer das beachtet, kann mit Facebook einige Vorteile nutzen.

## THEMEN FINDEN

Für den Erfolg von Beiträgen ist es wichtig zu überlegen, welche Inhalte aus Kundensicht spannend sind. Emotionales mit persönlichem Bezug, Bilder oder Videos funktionieren am besten. Gut sind „kleine“ Provokationen oder Fragen, die Antworten herausfordern. Seien Sie dabei nicht zu förmlich – das „Du“ ist die gängigere Umgangsform bei Posts in sozialen Netzwerken. Fragen Sie Ihre Kunden zum Beispiel direkt nach ihrer Meinung. Eine Formulierung könnte zum Beispiel lauten: „Welcher Lavendel gefällt euch am besten? Einfach Liken!“. Auch kleine Gewinnspiele funktionieren immer gut. Den Gewinner können Sie dann ebenfalls auf der Seite posten, wenn er einwilligt, mit einem Foto. Perfekt geeignet für Beiträge sind Bilderserien von gelungenen Aufträgen – von der Hochzeit bis zur Gartengestaltung. Aber nur nach Rücksprache mit den Auftraggebern.

Gut funktionieren immer Beiträge, die etwas Persönliches mit Ihren Produkten verbinden. Hier einige Beispiele:

■ **„Frisch von der Messe eingetroffen“:** Diesen Post könnte man gut mit Bildern und einem „Selfie“ von der Messe verbinden.

■ **„Unser neuer Mitarbeiter“:** So können Sie ganz einfach Ihren neuen Azubi oder Mitarbeiter vorstellen.

■ **„Kunden mit ihrem Lieblingsstrauß“:** Das könnte eine Aktion werden, bei der jeder Kunde, der mitmacht, fotografiert wird und dafür einen kleinen Rabatt erhält.

■ **„Landesgartenschau – wir waren da“:** Alles, was Lust auf Blumen und Pflanzen macht sowie die Anerkennung der Arbeiten von Kollegen zum Ausdruck bringt, bietet gutes Material für Beiträge.

■ **„Tipps zur Pflege“:** Infos zur Pflanzenpflege können Sie zum Beispiel mit Bildern aus dem eigenen Garten/Betrieb verbinden.

■ **„Neues im Betrieb“:** Geräte, neue Kasse mit EC-Gerät, die ersten Weihnachtssterne, das sind nur einige Möglichkeiten für solch einen Beitrag.

■ **„Vorher – Nachher“:** Zeigen Sie, was alles möglich ist, zum Beispiel bei der Gartengestaltung.

■ **„Verkaufsoffener Sonntag“:** Stellen Sie den Termin mit einem guten Bild als „Veranstaltung“ ein, so können Sie Ihre Facebook-Freunde mit wenigen Klicks einladen.

■ **„Unsere eigene Webseite“:** Verlinken Sie auf Ihre eigene Website. Zum Beispiel können Sie so Ihr Team vorstellen, auf das Sor-

timent, Angebote oder auf wichtige Informationen wie die Anfahrsbeschreibung hinweisen.

■ **„Aktionen vorstellen“:** Verknüpfen Sie immer wieder die reale Welt mit der Facebook-Welt. Bilder von Aktionen im Geschäft helfen und schaffen Kontakte.

## BEITRÄGE VERÖFFENTLICHEN

Absolut entscheidend ist: Bleiben Sie dran, eine Facebook-Seite zu verwalten lohnt sich nur mit langem Atem. Mehrere Posts pro Woche sind sinnvoll, ein bis zwei pro Woche müssen auf jeden Fall drin sein, sonst erreichen Sie kaum Präsenz. Ein wiederkehrender Termineintrag im Kalender und das verteilen der Aufgabe auf zwei bis drei Schultern machen es einfacher. Liken Sie zudem Werbe-Initiativen der Branche und schauen Sie sich geschlossene Foren der Branche bei Facebook an. Es gibt dort viele Tipps, Inspirationen und Sie sehen, was die Kollegen machen. Außerdem gibt es bei Facebook, aber auch vielen anderen Plattformen, die Möglichkeit, Beiträge anderer Personen auf der eigenen Pinnwand zu teilen. So schaffen Sie leicht zusätzlichen Inhalt.

Wenn Sie mehr Menschen mit Ihren Beiträgen auf Facebook erreichen möchten, können Sie Posts für einen geringen Betrag „bewerben“. Dabei können Sie auch Zielgruppen, den Umkreis und viele weitere Faktoren festlegen und so oft für wenig Geld die Reichweite und Ihre Bekanntheit erhöhen.

## WAS ZÄHLT, SIND DIE LIKES

Wichtiges Element von Facebook sind die „Likes“ der Seite und der einzelnen Beiträge. Diese sind wichtig, weil jeder Like die Reichweite erhöht und erst so der Post sichtbar wird. Die Reichweite macht aber natürlich nur bei der relevanten Zielgruppe Sinn. Likes von Urlaubspartnern in 500 km Entfernung sind schön, bringen aber im Geschäft keinen Umsatz.

Denken Sie daran, dass Liken und Kommentieren keine Einbahnstraße ist. Für die Bekanntheit sollten Sie sich unbedingt auch bei befreundeten Unternehmen der Branche tummeln und auf deren Beiträge reagieren. Aber auch branchenfremde, regionale Initiativen können dabei eine wichtige Rolle spielen. Der Kontakt zu Vereinen und Firmen in der Region oder zur Stadt selbst ist wertvoll und dankt es oft mit Kommentaren auf

## TIPP

### Das sollten Sie beachten

- **Antwort:** Antworten Sie zügig, aber nicht unüberlegt.
- **Negative Kommentare:** sofort und konsequent angehen. Im Zweifel im direkten persönlichen Gespräch. Keine Diskussion über das Netzwerk anzetteln.
- **Politik und Weltanschauung:** sind kritische Themen auf Unternehmensseiten, bleiben Sie lieber neutral.
- **Post-Inhalte:** Lassen Sie Ihre Beiträge nicht beliebig werden. Rund um Blumen und Pflanzen gibt es viele tolle Bilder und Ideen.
- **Qualität:** Achten Sie auf Ihre Rechtschreibung und gute Bilder. Sauber geschriebene, prägnante Texte spiegeln Ihr Image auch im Netz wider.
- **Rechtliche Belange:** Ein Impressum ist notwendig, bei Bildern, auf denen der Fokus auf Personen liegt, ist zum Beispiel eine Einwilligung notwendig, vor allem bei Kindern ist dies wichtig.

Ihrer Facebook-Seite. Den Erfolg Ihrer Beiträge können Sie übrigens mit einem Klick auf „Statistiken“ auf Ihrer Facebook-Seite leicht selbst überwachen.

Für Facebook gilt „learning by doing“. Versuchen Sie es einfach. Es macht Spaß, herauszufinden, welche Nachrichten am meisten Wiederhall finden, positive Kommentare spornen an. Facebook stellt nicht alle Regeln auf den Kopf, es ist jedoch ein stark wachsendes Medium und kann viele Vorteile bringen. Halten Sie sich auf dem Laufenden: Derzeit kommen vermehrt „Live-Videos“ auf Facebook auf, die es den Usern ermöglichen, eine Veranstaltung in Echtzeit mitzuverfolgen, aber auch nach Veranstaltungsende noch anzuschauen. Sicher werden noch dieses Jahr die ersten Betriebe der grünen Branche ihre Adventsausstellung live in Facebook vorstellen. Übrigens, wenn Sie mögen, dann schauen Sie auf Facebook doch mal bei den Seiten des Ulmer Verlags, von DEGA GRÜNER MARKT und DEGA GARTENBAU sowie beyond-flora vorbei. Sicherlich finden Sie Anregungen für die eigene Facebook-Seite.

TEXT: **Rupert Fey**, Bargfeld-Stegen

BILDER: fotolia.de/cunico, fotolia.de/Elena Schweitzer