

VERTRIEBSMARKETING

AKTUELL

DIESE DREI TEUREN FEHLER

SOLLTEST DU ALS FACEBOOK-SEITENBETREIBER
UNBEDINGT VERMEIDEN!

DIE WICHTIGSTEN SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN

„Wer nicht mit der Zeit geht,
geht mit der Zeit.“

Carl Josef Neckermann (1912-1992)

MIT ÜBERZEUGENDER IDENTITÄT ZUM ERFOLG

Man darf in Facebook auch „Sietzen“

CLUB & BLOG

DEINE
GUTSCHEINE!

DER 3 PUNKTE VERTRIEBSMARKETING-PLAN

– Wie Du die richtigen Dinge, richtig tust

DIESE DREI TE

SOLLTEST DU ALS FACEBOOK-SEITENBETR

Facebook ist und bleibt die größte und wichtigste Plattform in den sozialen Medien mit über 31 Millionen aktiven Nutzern in Deutschland. Das ist jeder Zweite, der heute eine Kaufentscheidung treffen und umsetzen kann.

Facebook eignet sich daher hervorragend, um auf seine Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen. Sogar Interessenten, die Silos oder Autokräne kauften, wurden über Facebook gewonnen. Daher sollte es heute obligat für jedes Unternehmen und jeden Unternehmer (Selbstständige, Einzelhändler, Handwerker, med. Berufsgruppen) sein, den Weg auf diese wichtige Plattform zu finden.

Wie?

Mit einer speziellen Unternehmensseite (auch Fan-Page genannt).

Diese ist schnell und einfach angelegt, ähnlich wie ein privates Profil. Dabei geschehen häufig jedoch aufgrund von Unwissenheit einige Fehler, die im Zweifel einige hundert Euro kosten. Diese können jedoch sehr leicht vermieden werden.



1.

Fehlendes Impressum

Wenn Du als Unternehmen oder Unternehmer im Internet präsent bist, muss jede Präsenz ein Impressum vorweisen. Ein Impressum muss leicht erkennbar und maximal „einen Klick entfernt“ sein. Fehlt auf Deiner Facebook Fanpage mit gewerblichen/ unternehmerischen Hintergrund also ein Impressum, so ist das abmahnbar. Eine Abmahnung kostet schnell einige hundert Euro.

Füge daher ein vollständiges Impressum direkt unter „Infos“ ein alternativ kannst Du dort auch den Link auf das Impressum deiner Website verlinken. Dein Webseiten-Impressum benötigt sodann den zusätzlichen Hinweis, dass dieses Impressum auch für deine Facebook Fanpage gilt.

UREN FEHLER

WEIBER UNBEDINGT VERMEIDEN!

2.

Gewinnspiel Teilnahmebedingungen & Teilen

Ein Gewinnspiel auf Facebook durchzuführen ist generell eine sehr gute Idee, um neue „Fans“ zu gewinnen und Aufmerksamkeit zu erhalten. Insbesondere anfangs ist das eine der besten Strategien. Jeder Fan hat das Potential Dein Kunde zu werden. Wenn Du nun also ein Gewinnspiel durchführst, benötigst Du Gewinnspielteilnahmebedingungen ganz egal, was Du verlost. „Wer darf teilnehmen? was ist hierfür zu tun? was ist zu gewinnen? wann beginnt und endet das Gewinnspiel?“ sind nur die wichtigsten Fragen, die beantwortet sein müssen. Zusätzlich muss ein Hinweis aufgeführt werden, dass Dein Gewinnspiel „in keiner Verbindung zu Facebook steht, es weder von Facebook gesponsert, unterstützt, noch organisiert wird“. Auch das „Teilen des Gewinnspielbeitrages“ als Teilnahmevoraussetzung sollte zwingend unterlassen werden, weil das verboten ist. Verstößt Du gegen nur einen dieser grundlegenden Aspekte, riskierst Du eine kostspielige Abmahnung.

Die offiziellen Teilnahmebedingungen:

Das Gewinnspiel dauert bis Sonntag 4. März 2018, 23.59 Uhr. Es wird 1 x ein Trikot des FC Erzgebirge Aue von [REDACTED] der aktuellen Saison verlost.

„Like“ meine Seite [REDACTED] um am Gewinnspiel teilzunehmen. Du hast bereits geliked? Dann nimmst du automatisch teil.

Teilnahmeberechtigt sind alle Fans dieser Facebook Seite, sie nehmen automatisch teil.

Der Gewinner (m/w) wird nach Gewinnspieltage nach dem Zufallsprinzip ermittelt.

Der Gewinner (m/w) wird über die Facebook Kommentarfunktion des Facebook Posts informiert oder in einem separaten Post und muss sich innerhalb von 5 Werktagen per E-Mail an [REDACTED]

oder über eine private Nachricht an meine Facebook Seite mit seinen Adressdaten melden. Meldet sich ein Gewinner nicht innerhalb dieser Frist wird das Trikot erneut unter allen Teilnehmern verlost.

Es werden alle Facebook Namen der Teilnehmer erfasst und zur Gewinnermittlung gespeichert. Alle Daten werden spätestens 30 Tage nach Ende des Gewinnspiels gelöscht, die Kommentare auf Facebook bleiben allerdings bestehen und sind weiterhin öffentlich einsehbar. Adressdaten werden nur von den Gewinnern erfasst und nur zum Versand des Gewinnes genutzt. Den Teilnehmern stehen gesetzliche Auskunfts-, Änderungs- und Widerrufsrechte zu.

Das Gewinnspiel wird nicht von Facebook gesponsert oder unterstützt.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



3.

Beitrag bewerben

Angenommen Deine Fanpage existiert schon eine Weile: Du hast die ersten Beiträge gepostet (veröffentlicht) und die ersten Fans gewonnen. Jetzt möchtest Du den nächsten Schritt gehen und deine Sichtbarkeit / Bekanntheit weiter erhöhen oder sogar ein Angebot von Dir bewerben? Beworben werden in der Regel Deine Beiträge. Und das geht am leichtesten mit sog. Facebook Ads – also Werbeanzeigen auf Facebook.

Das ist momentan sogar eine sehr sichere und lukrative Möglichkeit Werbung zu machen! Vielleicht hast Du unter einem Deiner Posts den Hinweis „Beitrag bewerben“ gesehen. Viele nutzen aus Unwissenheit genau diese Möglichkeit, um Werbung zu machen. Sie schmeißen somit Ihr Geld sprichwörtlich zum Fenster raus, weil es eine viel bessere Möglichkeit gibt.

Im Grunde ist der Vorteil von Facebook-Werbeanzeigen, dass du sehr genau bestimmen kannst, wer Deine Werbung sehen kann und wer nicht. Du kannst Deine Werbung also genau an deine Zielperson adressieren. Das geht jedoch bestmöglichst nur über den Facebook Business Manager. Hier hast Du alle Möglichkeiten, deine Werbeanzeige bestmöglich ohne Streuverluste zu adressieren, so wie ein Profi.

Nur so kannst Du mit wenig Mitteln schon viel erreichen.

DAS SIND DIE WICHTIGSTEN SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN FÜR 80 % ALLER LOKALEN UNTERNEHMEN

(AUCH EINZELHÄNDLER, DIENSTLEISTER UND HANDWERKER):

Heute leben wir bereits in zwei Welten:
In der realen Welt und Online.

Und genau deswegen ist es wichtig, dass auch lokale
Unternehmen und Unternehmer online sichtbar sind.
Regelmäßig und konsistent!

Denn eines ist so sicher, wie das Amen in der Kirche:

**„Wer nicht mit der Zeit geht,
geht mit der Zeit.“**

Carl Josef Neckermann (1912-1992)



Google My Business:

Zunächst ist es für jeden Unternehmer unabdingbar ein Google My Business Konto professionell einzurichten, weil hierdurch das klassische Branchenbuch abgelöst wurde.

Google My Business ist der erste Eindruck, die Visitenkarte Deines Unternehmens, oder auch das Schaufenster Deines Ladenlokales, wenn jemand online nach Dir sucht.

97 % aller Smartphone-Nutzer suchen auch via Google-Suche lokal nach Produkten und Dienstleistungen – z.B. „Friseur Moers“, „Blumen kaufen“, „Zahnarzt Moers“ etc. das Unternehmen mit dem aussagekräftigsten Profil wird vom User bevorzugt ausgesucht. Der Vorteil hier ist, dass man ein „my Business Konto“ mit Inhalten füllen kann und je aktiver das genutzt wird, desto sichtbarer wird man auch auf Google.

Tipp: Mit sogenannten Google Ads kann man zusätzlich gezielte Werbeanzeigen in den Suchergebnissen platzieren. Das vereinfacht nochmals die Neukundengewinnung.

Facebook:

Facebook ist und bleibt auch auf lange Sicht die Plattform der ersten Wahl für nahezu jedes Unternehmen. Über 31 Millionen Menschen in Deutschland sind nahezu täglich mehrmals auf Facebook.

Facebook bietet jedem Werbetreibenden unzählige Möglichkeiten. Facebook ist weniger dazu gedacht per sofort an eine kaufbereite Personengruppe sein Produkt (Dienstleistung) zu verkaufen. Facebook dient dem Vertrauensaufbau. Der Unternehmer hat die Möglichkeit sein Produkt (Dienstleistung) bereits in seiner gewünschten Zielgruppe zu platzieren, bevor diese weiß, dass es dieses jetzt kaufen möchte.

Instagram

Mit einer gut durchdachten Strategie kann Instagram ein wertvoller Bestandteil Deiner Sichtbarkeit sein. Hierbei kommt es immer darauf an, welche Zielgruppen von Deinem Unternehmen bedient wird, denn gerade jüngeres Publikum erreicht man vermehrt über Instagram. Interessante Bilder, die andere Nutzer begeistern und interessieren, werden hier benötigt. Das kann mit jedem modernen Smartphone kinderleicht erstellt werden. Damit Du lokal potentielle Interessenten gewinnst, ist es wichtig sogenannte Hashtags zu setzen und eine Standortverlinkung zu ergänzen.

Nutze insbesondere die beliebte Story Funktion, weil das Deine Reichweite deutlich erhöht. Richtig eingesetzt kann Instagram zu einem Umsatzboost für Dein lokales Unternehmen werden.

Businessnetzwerke XING & LinkedIN

Grundsätzlich ist es für Unternehmen (Ausnahme Einzelhandel) sinnvoll auf XING (national/ lokal tätige Unternehmen) präsent zu sein. Es gibt zwar Stimmen die behaupten, dass der Konkurrent LinkedIN mittlerweile wichtiger sei, diese Meinung gilt jedoch nur eingeschränkt. LinkedIN ist für international tätige Unternehmen in der Tat die erste Wahl. XING hat in der DACH-Region mittlerweile 13 Millionen Nutzer, LinkedIN 12 Millionen.

Auf XING und LinkedIN hat man die Möglichkeit, Personen- und Unternehmensprofile zu erstellen. Auch auf diesen Plattformen besteht die Möglichkeit Beiträge zu verfassen, zu teilen und zu kommentieren. Ein großer Vorteil von XING ist die hervorragende Recherchemöglichkeit für Akquise. Beide Plattformen bieten auch die Möglichkeiten auf Deine Zielgruppe zugeschnitten günstig Werbeanzeigen zu platzieren.



DER 3 PUNKTE VERTRIEBSMARKETING-PLAN

– Wie Du die richtigen Dinge, richtig tust.

Es sind immer wieder sehr ähnliche Fragen, mit denen sich lokale Unternehmer beschäftigen.

Und selbst wenn Du bisher seit 20 Jahren erfolgreich „Werbung“ nur offline gemacht hast, so ist es unerlässlich zukünftig auch „online“ sichtbar zu sein, um die Existenz und den Erfolg für die nächsten Jahre zu sichern bzw. idealerweise auszubauen.

Aber wo mache ich denn nun „Werbung“? Wie präsentiere ich mich und mein Unternehmen und wie wahre ich meine Identität? Wie kommuniziere ich mit Interessenten?

Das sind nur einige Beispiele für ganz typische Fragen.



Anhand diesem
3 Punkte Plan ist
die Beantwortung
kinderleicht.

1.

**Ich muss
mich kennen!**

- a) Wer bin ich?
- b) Für welche Probleme biete ich Lösungen?
(Was sind meine Produkte?)
- c) Was sind meine Ziele?

2.

**Ich muss meine
Zielgruppe kennen!**

- a) Wer ist mein Wunschkunde?
- b) Welche Probleme hat er?
- c) Wo finde ich meinen Wunschkunden?

3.

**Ich muss
Werte schaffen!**

- a) Welche Werte schaffe ich, welchen Nutzen, welche Lösungen?
- b) Wie, wo & wann kommuniziere ich diesen Nutzen?
- c) Welche Werte erhalte ich?



VERTRIEBSMARKETING

CLUB

**Stammtisch für Unternehmer, Dienstleister,
Einzelhandel & Gastronomie**

Jetzt beitreten: www.vertriebsmarketing.blog/moers
oder telefonisch unter: 02841 - 981 55 03

Diese Vorteile warten auf Dich

Seminarreihe,

- ▶ „Mit zeitgemäßer Identität unternehmerischen Erfolg sichern - die richtigen Dinge, richtig tun. (wird auch online, Live übertragen)

1 x monatlich dienstags, 19:00-21.30 in Moers
Anmeldung zur Vor-Ort - Teilnahme erforderlich

- ▶ Anmeldung und weitere Informationen und Termine findest Du hier:
www.zweiwelten.io
www.vertriebsmarketing.blog/moers
E-Mail: info@vertriebsmarketing.blog
Telefon: 02841 - 981 55 03

VERTRIEBSMARKETING

BLOG



Mit überzeugender Identität zum Erfolg

– ein aktuelles Beispiel

KUNDEN FEEDBACK

„Das ausführliche Gespräch mit Herrn Schmitz hat mir wieder neue Erkenntnisse gebracht, wie ich mich als Unternehmer nach aktuellem Stand online präsentieren kann. Das Onlinemarketing individuell anzugehen ist der richtige Weg. Pauschalaussagen mit „copy-and-paste“ sind keine Lösung, weil jedes Firmenkonzept individuell ist. Genau diese Information gebe ich auch selber an Bauherrschaften (auch ich im Coaching an Hausverkäufer) weiter und zeige damit Professionalität, die ich so auch bei Herrn Schmitz wahrgenommen habe.“

30 Min. Strategie- gespräch

Du fragst Dich wie Du was tun sollst?
Wir besprechen das.



Planetenstr. 7
D-47443 Moers

Telefon:+49 2841 - 981 77 95
E-Mail: info@vertriebsmarketing.blog
www.zweiwelten.io
www.vertriebsmarketing.blog/moers

Jetzt Print Newsletter anfordern



Klemens Kolberg, ist Hausbauexperte. Sein Weg dorthin begann bereits vor über 20 Jahren. Er arbeitet bei der Haustechnik für Neubauten, professionell und am Puls der Zeit deswegen er dies auch zukünftig für sein Unternehmen tun möchte. Daher ist ihm bewusst, dass er auch in der Onlinewelt sichtbar sein muss.

Die Frage die er sich stellte war jedoch „Wie?“.

Deswegen kontaktierte er diverse „Social Media Experten“. Schließlich war und ist er bereit in die Zukunft seines Unternehmens zu investieren.

Er bekam u.a. die Empfehlung eine Facebook-Page zu erstellen, um regelmäßige „Postings“ veröffentlichen und Werbeanzeigen erstellen zu können. Hierfür sollte er auch kurze Videos aufnehmen, in denen er als Geschäftsinhaber spricht.

So weit, so gut. Facebook ist auch die richtige Plattform. Gesagt, getan.

Er investierte in Facebook Zeit und Geld in Facebook Werbeanzeigen, er nahm Videos auf und „dutzte“ in der Ansprache. Schließlich wäre das „Du“ in Facebook selbstverständlich, so sagte man ihm. Er selber fühlte sich damit jedoch unwohl und konnte sich damit nicht anfreunden. Auch der Erfolg seiner „Werbung“ war sehr beschränkt.

Vor einiger Zeit führten Klemens K. und ich ein ausführliches Beratungsgespräch.

Hierbei ergaben sich für Ihn die folgenden drei Schlüssel-erkenntnisse:

Man darf in Facebook auch „Sietzen“ WEIL

- ▶ ES MUSS ZU MIR und
- ▶ ES MUSS ZU MEINEM PRODUKT und zu meiner ZIELGRUPPE passen
- ▶ Facebookwerbung funktioniert, wenn die richtige Zielgruppe mit den richtigen Anzeigen angesprochen wird
- ▶ Facebook ist ungeeignet als kurzfristige Strategie, sondern vielmehr für nachhaltige Strategien

Meine Empfehlung: Sei authentisch. Sei einfach Du selbst. Nur so kannst Du anfangen, die richtigen Dinge, richtig zu tun! Biete deiner Zielgruppe Mehrwert, der begeistert.