



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO



PARTNER DER WIRTSCHAFT

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

Kundenkontakt halten: Wie Sie jetzt bei Ihrem Kunden Präsenz zeigen

#stayconnected

#staysafe

Teil 3 - In dieser Ausgabe informieren wir Sie über:

- Facebook
- Twitter
- YouTube



© PureSolution/Shutterstock.com

Als UnternehmerInnen brauchen Sie einen direkten Zugang zu Ihren Kunden, dies erfolgt heutzutage vor allem durch die sozialen Medien. Deshalb ist ein eigenes Unternehmensprofil auf diesen Plattformen unumgänglich. Der Auftritt auf sozialen Netzwerken kann zur Markenbildung von Firmen beitragen und sich positiv auf Ihr Image auswirken. Gerade kleine Unternehmen und Startups können dadurch gezielt auf sich aufmerksam machen, neue Kunden gewinnen und aktuelle Angebote bewerben.

- **Facebook:**

Facebook als Social-Media-Plattform ist einer der besten Wege, um bestehenden und potenziellen Kunden Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Es müssen nicht immer neue Produkte angekündigt oder Rabattaktionen vorgestellt werden. Auch einfache Posts über das Unternehmen selbst oder dessen MitarbeiterInnen sind beliebt, z. B. „Neu im Team“ oder „Wir stellen vor“. Immer öfter nutzen Unternehmen Social-Media-Netzwerke, um direkt mit dem Kunden in Kontakt zu treten. Die eigene Unternehmensseite fungiert als direkter Ansprechpartner für Produktinformationen und Support.



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO



PARTNER DER WIRTSCHAFT

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

Die Kunden sollen das Gefühl haben, dass jemand da ist, der sich um ihre Anliegen kümmert. Das fördert loyale Kundenbeziehungen.

Facebook kann dabei helfen die Reichweite der eigenen Unternehmensseite zu vergrößern. Das gelingt nur durch regelmäßige Posts. Planen Sie eine Content-Marketing-Strategie, die genau auf Ihre Zielgruppe abgestimmt ist. Je nach Plattform sollten Sie die Inhalte der Beiträge anpassen, auf jedem Kanal wird nämlich eine „eigene Sprache“ gesprochen.

Das eigene Unternehmensprofil kann auf Facebook kostenlos erstellt werden. Danach gibt es noch weitere Möglichkeiten und Tools, welche Ihnen helfen, die Unternehmensseite besser zu verwalten oder die Reichweite zu vergrößern. Für Unternehmen mit lokalem Fokus bietet Facebook zahlreiche Funktionen und Möglichkeiten, die eigene Zielgruppe in einem Umkreis von 30 km Ihrer angegebenen Ortschaft zu definieren und anzusprechen:

- **Facebook Ads:** Dies sind bezahlte Werbeanzeigen, welche direkt auf der Plattform geschaltet werden können. Diese bieten die Möglichkeit, systematisch bestimmte Zielgruppen anzusprechen.



© Chinnapong/Shutterstock.com

- **Zielgruppen-Insights:**

Dieses Tool wird von Facebook selbst zur Verfügung gestellt und hilft Unternehmen, besser ihre Zielgruppe und deren Interessen zu ermitteln.

- **Business-Manager:** Mit diesem Tool können Unternehmensseiten und Werbekonten von verschiedenen Personen mit eigenen Zugriffsberechtigungen verwaltet werden. Dieses Tool ist besonders nützlich, wenn man über mehrere Seiten verfügt oder das Unternehmenskonto von mehreren Personen verwaltet werden muss. Es ist sogar möglich, MitarbeiterInnen individuelle Zugriffsberechtigungen zuzuweisen. Der Business-Manager kann dabei helfen alles zentral an einem Ort zu verwalten. Die Aktivierung erfolgt in wenigen Schritten und ohne großen Aufwand.

- [Leitfaden](#) für Facebook for Business



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

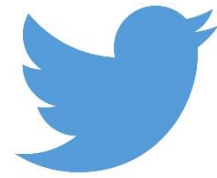


PARTNER DER WIRTSCHAFT

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

- **Twitter:**

Twitter ist für viele Unternehmen ein wichtiger Kanal im Marketing-Mix. Doch Twitter ist schnelllebig. Im Vordergrund stehen hier Echtzeit-Nachrichten sowie der Meinungsaustausch zu verschiedensten Themen. Diese Plattform kann gut genutzt werden, um Kundenumfragen zu starten oder Feedback zu erhalten. Auf Beschwerden sollte zeitnah geantwortet werden, dies erhöht das Vertrauen zum Unternehmen.



© Rose Carson/Shutterstock.com

Twitter bietet viele Vorteile: Ausbau der Reichweite, rascher Austausch mit (potentiellen) Kunden, Beteiligung an brancheninternen Gesprächen und Diskussionen, u.v.m.

Auf Twitter wird nicht gepostet, sondern getweetet. Oberstes Gebot: Die Aussagen des Tweets müssen kurz und aussagekräftig sein! Ein Tweet sollte maximal 280 Zeichen beinhalten und kann aus Text, Bildern oder Videos bestehen. Auch Links können problemlos eingefügt werden.

- [Twitter für Unternehmen](#): Tipps, Tools und Best Practices für Twitter

- **YouTube**



© aShatilov/Shutterstock.com

YouTube ist eines der bekanntesten Online-Videoportale. Nutzer haben die Möglichkeit, kostenlos einen eigenen Kanal zu erstellen, Videos hochzuladen, anzusehen, zu bewerten oder zu kommentieren.

Grundsätzlich werden Videos immer beliebter, sind auf jedem Gerät abrufbar und können auch auf der eigenen Website sehr gut eingebettet werden.

Kunden sehen sich lieber einfache Erklärvideos an, als seitenlange Bedienungsanleitungen zu lesen.

Kurzweilige Clips zur Vorstellung der eigenen Produkte oder Tutorials zur Bedienung der angebotenen Produkte sind besonders beliebt. Zudem sind sie jederzeit verfügbar.

YouTube wird vermehrt von Unternehmen im B2B Bereich genutzt. Kurze Vorstellungs- oder Imagevideos sind besonders beliebt.



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO



PARTNER DER WIRTSCHAFT

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

Es müssen nicht immer aufwändige und kostenintensive Videos sein, es genügt auch ein Videoclip, der mit einem Smartphone aufgenommen wurde. Zudem gibt es viele Apps, die Ihnen dabei helfen, Videos zu bearbeiten oder mit passender Musik zu untermauern. Kurzvideos von Firmenevents, Messen oder Interviews mit MitarbeiterInnen werden genutzt, um die Menschen hinter dem Unternehmen vorzustellen und die Werte des Unternehmens besser zu kommunizieren. Transparenz schafft nicht nur für Kunden, sondern auch für potenzielle zukünftige MitarbeiterInnen Vertrauen.

Legen Sie sich unbedingt einen Redaktionsplan zurecht, denn es sollten regelmäßig Videos gepostet werden.

- [Leitfaden](#): YouTube Firmenkanal erstellen

Für weitere Informationen: digital@handelskammer.bz.it