

# Kundengewinnung via Facebook- erfolgreiche Strategien in der Praxis

IT-Info-Workshop  
Handwerkskammer Lübeck  
8. September 2010



## Referent

**Roman Spendler, Unternehmensberater**

- 2000 Gründung CIC (creative innovative consultants)

- Spezialisierung: - Existenzgründer,  
- Kapitalbeschaffung (Businessplan)  
- Kundengewinnung

- ca. 400 Projekte in 10 Jahren

# Facebook- Zahlen, Daten, Fakten

## Das Unternehmen



The screenshot shows the Facebook registration interface. At the top, there are fields for 'E-Mail' and 'Passwort' with an 'Anmelden' button. Below this, there is a promotional message: 'Du brichst auf? Bleibe in Verbindung. Besuche facebook.com auf deinem Handy.' with a 'Hole dir Facebook-Handy' button. The main section is titled 'Registrieren' and contains the following fields: 'Vorname', 'Nachname', 'Deine E-Mail', 'E-Mail nochmals eingeben', 'Neues Passwort', 'Ich bin:' with a 'Geschlecht auswählen' dropdown, and 'Geburtsdag:' with 'Tag', 'Monat', and 'Jahr' dropdowns. A 'Registrieren' button is at the bottom. A small note at the bottom of the form says: 'Erstelle eine Seite für eine bekannte Persönlichkeit, eine Band oder ein Unternehmen.'

- < 500 Mio. aktive Nutzer

- 8.454.240 Nutzer in D

- 50 % aller Nutzer loggen sich täglich ein

- < 1,5 Mio. Unternehmen haben eine Facebookseite

# Facebook- Zahlen, Daten, Fakten

## Die Mitglieder



- durchschnittlich 130 Freunde
- versenden 8 Freundschaftsanfragen/Mon.
- klickt 9 mal „gefällt mir“
- schreibt 25 Kommentare zu Facebookinhalten
- wird jeden Monat Fan von 4 Seiten
- Einladungen zu drei Veranstaltungen

## 2. Zielsetzung

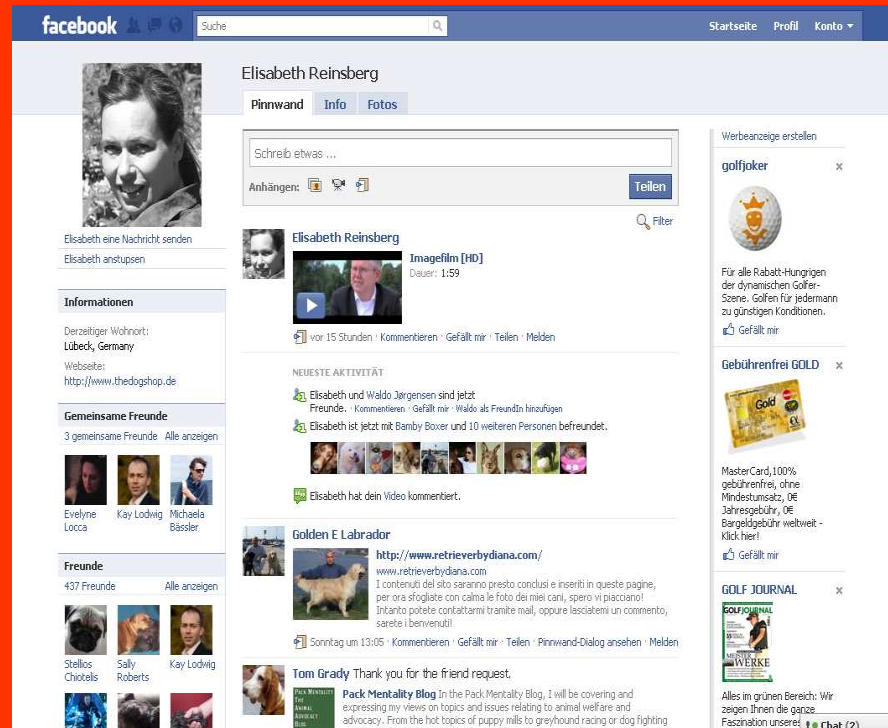
Was möchte ich für mein Unternehmen erreichen?



- Passt Facebook zu uns?
- Wer sind meine Zielgruppen?
- Was möchte/ kann ich investieren? (Zeit/ Geld)

### 3. Umsetzung: Facebookseite ↔ persönliches Profil

## Persönliches Profil



**Vorteil:**  
- Kann aktiv Freunde/  
Bekannte ansprechen

**Nachteil:**  
- Kann nicht angepasst  
werden

### 3. Umsetzung: Facebookseite ↔ persönliches Profil

## Facebookseite

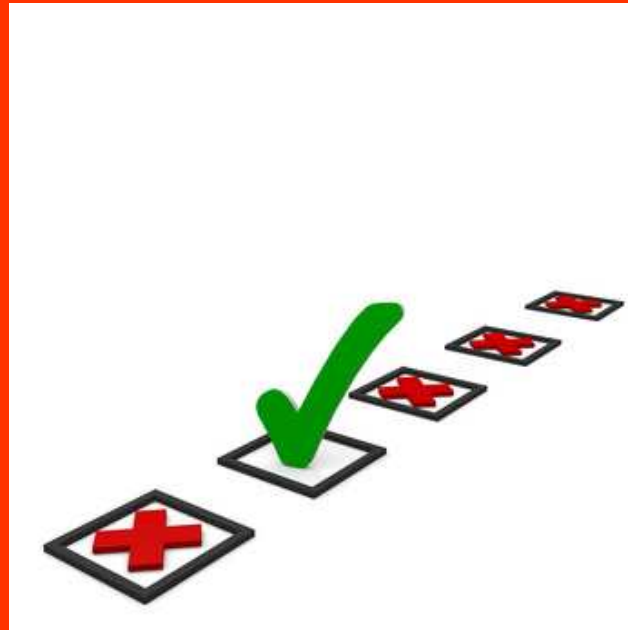
The screenshot shows the Facebook page for 'motoso.de'. The page layout includes a cover photo of a red car wheel, a profile picture, and a bio: 'motoso.de ist ein Internet-Marktplatz für Neu- und Gebrauchtwagen, Motorrad- und Autoteile, Zubehör und Kfz-Service. Dazu gibt es eine Werkstatte und die Community "motozone".' The page is categorized as 'Informationen' and was founded in 2004. It has 2 friends and 282 people who like it. The main content area shows several posts from 'motoso.de', including a post about 'Extrem heiße Kombi: Susie Stoddart im E 63 AMG' and a post about 'Eine Powerfrau auf der Überholspur'. The right sidebar contains a 'Facebook-Seiten' section with a search filter and a 'Werbeanzeige erstellen' button.

**Vorteil:**  
- Seite kann angepasst werden

**Nachteil:**  
- Freunde/ Bekannte können nicht aktiv angesprochen werden

### 3. Umsetzung: Kommunikation

#### Kommunikationsregeln im Web 2.0



- Nicht nur selbst erstellte Inhalte produzieren
- Das Thema der Webseite steht im Mittelpunkt
- Inhalte veröffentlichen, die zum Mitmachen anregen
- Timing:  
Tageszeit und Wochentag

### 3. Umsetzung: Kommunikation

Was können wir als  
Unternehmen mitteilen?

Zielgruppe: Privatkunden



- Sonderaktionen
- Vorstellung neuer Produkte (auch von Zulieferern)
- Inhalte externer Webseiten/Blogs
- Videos von Youtube
- Fotos von Events
- Ankündigungen  
Veranstaltungen
- praktische Tipps

### 3. Umsetzung: Kommunikation

Was können wir als  
Unternehmen mitteilen?

Zielgruppe: Geschäftskunden



- Branchentermine
- Aktuelle Rechtsprechung
- Experten Interview
- Studien
- Technische Neuerungen
- wichtige Termine

### 3. Umsetzung: Gewinnung von Fans



Werbeanzeige erstellen

**Facebook-Seiten**



Facebook-Seiten helfen dir dabei, neue Künstler, Unternehmen und Marken zu entdecken. Du kannst dich zudem mit denen vernetzen, die du bereits magst.

Weitere Werbeanzeigen

WEB 2.0

3 Personen

Mitglied bei XING

Find us on Facebook

- Targeting 2.0
- Facebook per click
- Anzeigen
- Einbindung der Facebookseite in die eigene Webseite
- Gewinnspiel
- Quiz
- Coupons
- Sonderpreise/ Aktionen für Fans (Verknüpfung von Marketingaktionen)

## 4. Zusammenfassung

1. Ziele festlegen
2. Budget veranschlagen (Zeit/ Geld/ 45%,50%,90% Zuschuss vom Staat möglich)
3. Maßnahmen und Umsetzung planen
4. Umwerben Sie Ihre Fans (Mehrwerte und interessante Infos)
5. ....

## Ausblick



Roman Spendler

Sophienstraße 19-21  
23560 Lübeck

0451/ 39 735 78

spendler@ciconsultants.de

www.ciconsultants.de