

Kundengewinnung via Facebook- erfolgreiche Strategien in der Praxis

IT-Info-Workshop
Neumünster
8. März 2010



Referent

Roman Spendler, Unternehmensberater

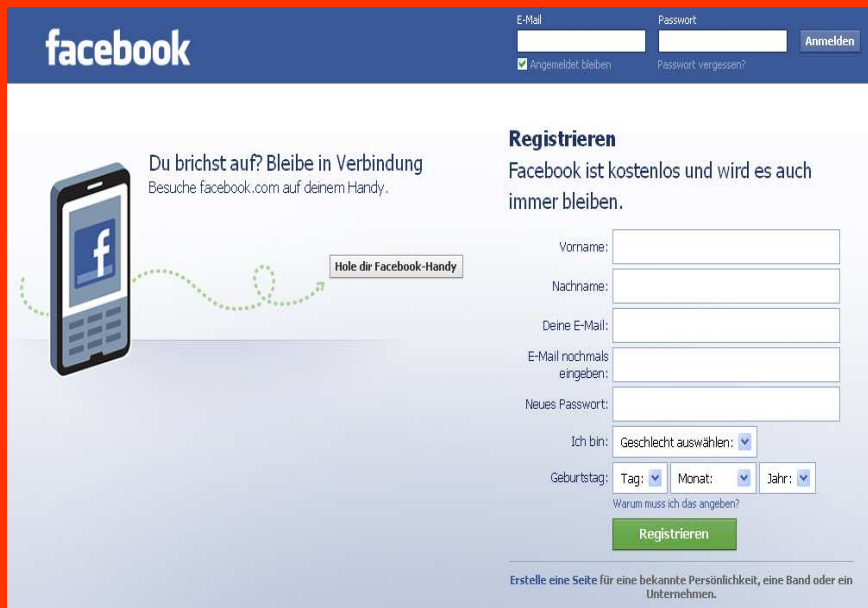
- 2000 Gründung CIC (creative innovative consultants)

- Spezialisierung: - Existenzgründer,
- Finanzierung (Businessplan)
- Kundengewinnung (Facebook,
Onlinemarketing, Webseiten, Strategie,
Offlinemarketing)

- ca. 450 Projekte seit 2000

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 banner for mobile access: '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.'

- < 642 Mio. aktive Nutzer

- 16.2 Mio. 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

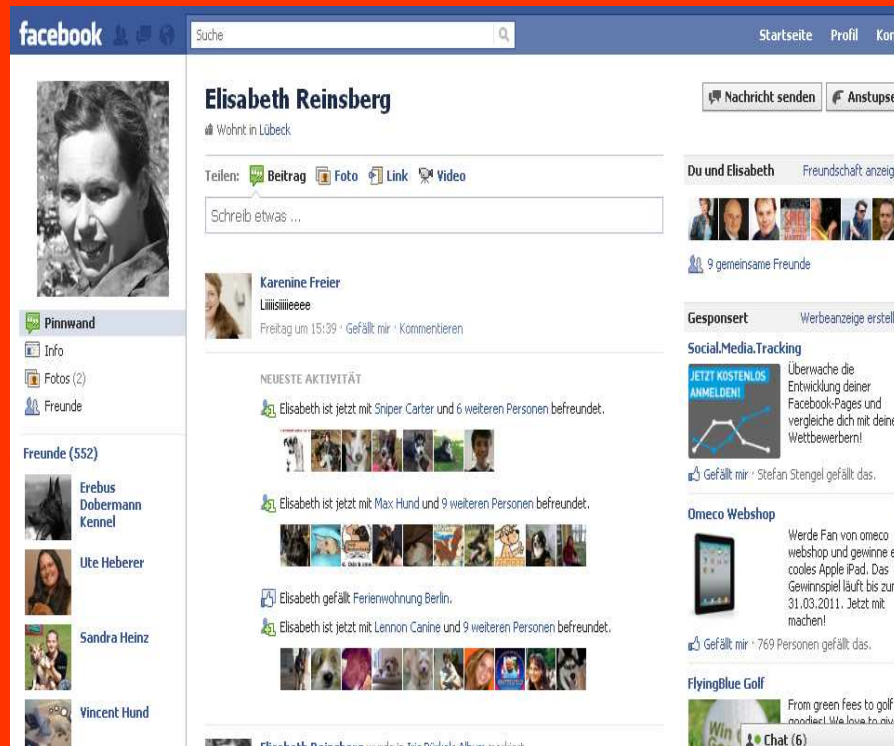
Was möchte ich für mein Unternehmen erreichen?



- 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

Fanpage bei Facebook

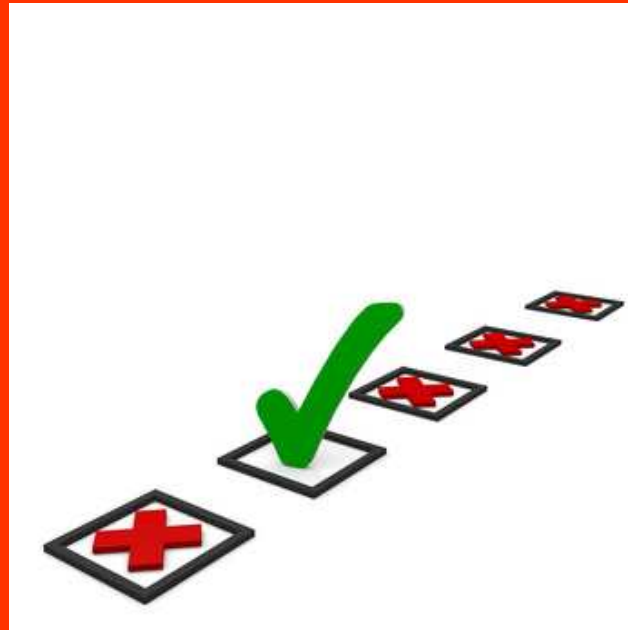
The screenshot shows the Facebook profile for 'Thedogshop'. The profile picture is a close-up of a dog's face. The cover photo features a dog with the text 'Zeitlos schöne Hundebetten' overlaid in blue. The page has tabs for 'Pinnwand', 'Info', 'Fotos', and 'Shop Now'. The main content area displays several posts from the page, including a post about 'Jagdtrieb' (hunting drive) and a post about 'Der Saarloos Wolfhund' (Saarloos wolfhound). The 'Info' section on the left provides details about the page's creation in February 2006 and its focus on dog beds and photography.

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



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

3. Umsetzung: Gewinnung von Fans



- Targeting 2.0
- Gewinnspiel
- Quiz
- Coupons
- Sonderpreise/ Aktionen für Fans (Verknüpfung von Marketingaktionen)

4. Zusammenfassung

1. Ziele festlegen
2. Budget veranschlagen (Zeit/ Geld/ 50%-90% Zuschuss vom Staat möglich)
3. Maßnahmen und Umsetzung planen
4. Umwerben Sie Ihre Fans
(Mehrwerte und interessante Infos)
5. 72 Stunden-Regel

Ausblick



Roman Spendler

Sophienstraße 19-21
23560 Lübeck

0451/ 39 735 78

spendler@ciconsultants.de

www.ciconsultants.de