

**DIGITALISIERUNG:**

# So nutzen Sie Social Media für Ihr Business richtig

**KNAPP 90 PROZENT DER ÖSTERREICHER SURFEN LAUT STATISTIK AUSTRIA REGELMÄSSIG IM INTERNET.** Über die Hälfte davon nutzen ebenso regelmäßig soziale Netzwerke. Nicht nur im B2C- (Business to Customer), sondern auch im B2B-Bereich (Business to Business) gewinnen diese an Bedeutung.

**TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE**



**S**ocial-Media-Marketing gehört schon lange zum Unternehmensalltag. Zahlreiche Firmen bewerben ihre Produkte und Marken über die sozialen Netzwerke. Trotzdem wird mit Social Media meistens nur der B2C-Bereich in Verbindung gebracht. Social-Media-Marketing spielt aber auch in der Geschäftsbeziehung

zwischen Unternehmen eine große Rolle. Durch die Möglichkeit zur Interaktion stellen Social-Media-Plattformen zunehmend einen Kanal zur Kundenakquise oder zumindest zur Unterstützung der Neukundengewinnung dar. Im Zuge der Digitalisierung haben das Internet und die sozialen Netzwerke dazu beigetragen, dass sich

auch das Kundenverhalten im B2B-Bereich geändert hat: Potentielle Kunden recherchieren online nach potentiellen Partnern. Auch wenn eine persönliche Kontaktaufnahme und Direktakquise immer noch einen hohen Stellenwert einnehmen, bieten soziale Netzwerke ein enormes Potenzial für das Knüpfen neuer Geschäftsbeziehun-

## SUMMARY

Auch im B2B-Bereich spielen Social Media eine immer größer werdende Rolle. Dennoch wird das Potenzial laut dem Digital-Marketing-Monitor der Schweizer Digitalagentur Namics noch nicht ausgeschöpft. 65 Prozent der befragten Unternehmen der DACH-Region haben keine ganzheitliche Digitalstrategie, zudem fehlt es an internem Know-how, um das volle Potenzial auszuschöpfen.

CONTACT:

# DAMIT SOCIAL MEDIA AUCH IN IHRER HANDELSAGENTUR ALS ERFOLGREICHES MARKETINGINSTRUMENT FUNKTIONIEREN, GILT ES EINIGE PUNKTE ZU BERÜCKSICHTIGEN UND UMZUSETZEN.

gen. Deshalb sollten Sie mit Ihrer Handelsagentur in den digitalen Medien gut zu finden sein.

## Die richtige Plattform

Zu Beginn einer Social-Media-Strategie ist zu klären, welche der vielen Kanäle am besten für Ihre Handelsagentur geeignet sind. Entscheidend bei der Auswahl ist, wo die eigene Zielgruppe vermutet wird und was Sie erreichen möchten. Grundsätzlich eignen sich im B2B-Bereich jene Kanäle, die hauptsächlich im beruflichen Kontext genutzt werden. Dazu zählen unter anderem die Businessnetzwerke LinkedIn oder XING, die mit über 800.000 und mehr als einer Million Nutzern die aktuellen Marktführer im Bereich der B2B-Kommunikation in Österreich darstellen. Hier können sich Unternehmen nicht nur mit Partnern virtuell verknüpfen und austauschen, sondern auch eine Unternehmenspage anlegen. Ebenfalls Potenzial für B2B-Marketing bietet mit 3,8 Millionen aktiven Nutzern in Österreich die Plattform Facebook. Hier haben Sie die Möglichkeit, die Nutzer aktiv zu einem Austausch aufzufordern und zu animieren, an einer Diskussion teilzunehmen. So können Sie direkt mit Ihren Partnern und (potenziellen) Kunden in Kontakt treten und einen Dialog herstellen.

## Auf den Inhalt kommt es an

Hat man eine geeignete Plattform für seine Handelsagentur gefunden, geht es daran, sie mit Leben zu füllen. Neben einem passenden Design sind die Inhalte ein zentraler Baustein. So müssen Unternehmen mit relevanten, fehlerfreien und vor allem gut verständlichen Texten das Interesse ihrer potenziellen Kunden gewinnen. Doch der beste und übersichtlichste Inhalt hilft wenig, wenn er nicht gefunden wird. Suchmaschinenoptimierte Inhalte, also Texte mit den für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden relevanten Keywords,

helfen dabei, dass Ihr Beitrag ganz oben in den Suchmaschinenergebnissen angezeigt wird und somit Ihre potenziellen Kunden besser erreicht. Zusätzlich sollten Texte auch von einem passenden Visual zur Informationsvermittlung begleitet werden. Zu guter Letzt ist es wichtig, das Unternehmensprofil up to date zu halten und regelmäßig Inhalte anzubieten, die für Ihre Zielgruppe relevant sind.

## Der Gesamteindruck zählt

Social-Media-Accounts funktionieren zwar durchaus eigenständig, sie bieten sich aber gleichermaßen an, um den Traffic auf Ihrer Website zu steigern. Wenn Sie nützliche Inhalte von Ihrer Website, die in dem Fall die Basis Ihrer restlichen Webaktivitäten bildet, in Ihren Social-Media-Kanälen tei-

len, können die Kunden auf Ihre Unternehmenswebseite locken. Egal, wie viele Plattformen Sie nutzen und wie breit Sie im Netz vertreten sind: Ein einheitliches Marken- bzw. Unternehmensbild ist dafür essentiell. Eine Inkonsistenz in den Kanälen kann die Wahrnehmung des Unternehmens negativ beeinflussen, wirkt unprofessionell und sorgt für Verwirrung und Desinteresse.

Wer sich dazu entschließt, ein oder mehrere Social-Media-Profile anzulegen, sollte ausreichend Zeit in die Betreuung investieren und eine passende Strategie entwickeln. Verfügen Sie weder über die nötige Zeit noch das Know-how, um sich intensiv mit einer ganzheitlichen Digitalstrategie zu befassen, holen Sie sich am besten professionelle Unterstützung. Es lohnt sich. ■

## IHR KOSTENLOSER WEBSITE-CHECK

Treue gehört belohnt. Die ersten 20 Anfragen erhalten eine kostenlose Analyse. Dabei werden Antworten und auch konkrete Handlungsempfehlungen zum Beispiel zu folgenden Fragen geliefert:

- Wie wird meine Website derzeit auf Google gefunden?
- Wie werden die aktuellen Google-Kriterien erfüllt?
- Ist meine Seite responsive – das heißt, wird sie auf allen Endgeräten optimal dargestellt?

## SPEZIALRABATT

Zusätzlich wird ein Feiertagsrabatt von 10 Prozent auf Ihre Erstbestellung bis zum 31. Dezember 2019 angeboten.



## ING. ALEXANDER GRAF, M.SC.

ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Online-Auftritt.

OFFICE@AG-CONSULTING.AT  
WWW.AG-CONSULTING.AT