

Empfehlungen Kommunikationsmaßnahmen

- **Breite Kommunikation je Themenblock**
auf unterschiedlichen Kanälen (Webseite, Newsletter, Social Media, WhatsApp-Statusmeldung, ggf. Anzeige / PR) zeitgleich oder zeitnah in den einzelnen Kanälen kommunizieren
- Auf **Informationsflut** achten, Kunden nicht überfordern
Frequenz im Newsletter-Versand im Auge behalten, ggf. Themenblöcke zusammenfassen um zu viele Aussendungen zu vermeiden
- Wo immer möglich, einen **Call-to-Action** (Aufforderung an den Kunden, etwas zu tun, z.B. „Buchen Sie jetzt!“, „Schauen Sie auf unsere Webseite“ + Link etc.) einbauen
- **Start** mit Allgemeiner Information zu EGGER inside (= 6 gute Gründe), danach wahlweise spezifische Themen

Social Media:

- **Zielgruppe** und Eigenheiten des jeweiligen Social Media Kanals berücksichtigen
- **Gute Bildqualität** wichtig; Achtung bei Abbildung von Menschen, Zustimmung einholen
- **Kurzen, aussagekräftigen Text** formulieren, Ich-Botschaften wirken bei direkter Kommunikation besser
- **Aufruf zur persönlichen Kommunikation** „Schreiben Sie mich gerne an“

Social Media

Facebook

- **Größtes soziales Netzwerk** in Deutschland (ca. 32 Mio. Nutzer)
Netzwerk mit den meisten aktiven Nutzern monatlich (Marktanteil von ca. 70% nach Seitenaufrufen)
- Nutzerprofil:
zunehmend **ältere Zielgruppe**, hoher Anteil an Mid- und Silver-Agern
vorwiegend **private** aber auch berufliche Interessen
- Sehr **reichweitenstark**, eine Zielgruppenauswahl auf Interessen-Basis möglich.
- Gute Eignung für **Endkundengeschäft**
- Werbung organisch und mit Bezahlung möglich

- **Wichtig:**
Netzwerk aufbauen oder aktivieren; Inhalt mit Mehrwert, Umfragen, interaktiver Content, Verlinkungen auf weitere Kanäle
- Bereits geringe Budgets können Image und Sichtbarkeit wesentlich verbessern



Social Media

Instagram

- gehört zu Meta-Konzern (wie Facebook) → Werbeeinstellung laufen über Facebook Business Manager
- **No. 3 in Deutschland**, über 29 Mio. User in DACH, weltweit 1 Mrd. Nutzer
Großteil der Zielgruppe **jünger als 30 Jahre**
- 80% der User nutzen Instagram um eine **Kaufentscheidung** zu treffen
- Gute Eignung um die **Markenbekanntheit** zu erhöhen
- Instagram ist sowohl bei organischen Beiträgen als auch bezahlten Beiträgen **sehr stark visuell geprägt**
Starkes Visual (Video / Carousel) besonders wichtig, animierter Content unumgänglich.



Social Media

LinkedIn

- Business-Netzwerk, professionell, Fokus auf beruflichem Umfeld
- Nutzung in DACH >15 Mio Menschen, ca. 600 Mio. weltweit
- Posten von Inhalten kostenlos oder paid möglich
- Sehr gute Möglichkeit der **Zielgruppen-Filterung** (u. a. nach Beruf, Ausbildung, Studium, Branche) daher → besonders effektiv in der **Leadgenerierung**
- Bezahlte Werbung im Vergleich zu Facebook / Instagram teuer



Social Media

Weitere Kanäle

Pinterest

- > 15 Nutzer in DE, weltweit 430 Mio, über 75% davon weiblich
- Größte Altersgruppe: 18 - 34
- Online Pinnwand, visuelle Suchmaschine, Suche nach Inspiration; 70% der Nutzer haben schon etwas gekauft das sie auf Pinterest gesehen haben; Begleitung des Nutzers von der Inspiration bis zum Kauf
- Gute Möglichkeiten für Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen anbieten, die sich gut visualisieren lassen
- Betreiber von Online-Shops



YouTube

- 77% aller Internet-Nutzer in DE nutzen Youtube
- Einsatz als alternative Suchmaschine



Employee Generated Content - ECG

Inhalte werden durch Mitarbeiter erstellt und geteilt (Fotos, kurze Videos als WhatsApp-Status Meldung oder in Social Media)

Vorteile für das Unternehmen:

- Wirkt authentisch, Erreichen zusätzlicher Zielgruppen, einfache Nutzung abwechslungsreicher Inhalte

Vorteil für Mitarbeiter:

- Präsenz im Netzwerk zeigen, einfache Kontaktaufnahme mit Interessenten / Kunden, Information über Produkte, Events, Neuheiten etc.

Inhalte die sich für ECG anbieten:

- Veranstaltungen, Messen, Events, Tagungen, Weiterbildungen
- Produktneuheiten, Innovationen
- Neuigkeiten zum Unternehmen