

Soziale Medien

und deren Einfluss auf das Kundenverhalten eines KMUS

Theorie

Soziale Medien haben sich in unserer heutigen Konsumgesellschaft einen hohen Stellenwert geschaffen. Damit sich ein Unternehmen erfolgreich auf Social Media bewähren kann, werden konkrete Überlegungen vorausgesetzt. Eine Social-Media-Strategie wird in den folgenden Schritten ausgearbeitet:

- Zielfestlegung
- Situationsanalyse
- Strategieentscheidung
- Operative Durchführung
- Controlling

Fragestellung

- Wie entwickle ich eine grundlegende Social-Media-Strategie?
- Wie wirkt sich die Anwendung von Social Media auf das Kundenverhalten aus?

Methode

Mit der Unterstützung eines Social Media Spezialisten wurde eine detaillierte Social-Media-Strategie erstellt. Auf dieser Strategie aufbauend bestehen nun von Staub Designlight AG drei Social Media Profile. Reaktionen der User wurden schliesslich mithilfe von Insights analysiert. Ausserdem notierten drei Mitarbeitende von Staub Designlight AG alle neuen Kundenanfragen pro Tag. So konnte abschliessend der Erfolg dieser Maturaarbeit gemessen werden.



Gartenbeleuchtung von Staub Designlight AG

Resultate und Diskussion

Die Analysen der Social Media Profile zeigten, dass Facebook dem KMU als optimale Plattform zur Erreichung aller im Konzept bestimmten Social Media Ziele dient. Sowohl die hohe Anzahl Interaktionen und die grosse Reichweite wie auch die rasch gewachsene Community bestätigen dieses Erkenntnis. Die gemachten Ergebnisse in Bezug auf das Kundenverhalten rechtfertigen den Gebrauch sozialer Medien als Marketingstrategie für ein Unternehmen. Durch Social Media nehmen die Kunden und potenzielle Neukunden die Präsenz des KMUs intensiver wahr. Um jedoch das Kundenverhalten noch genauer analysieren zu können, bedarf es weitere Untersuchungen und vor allem mehr Zeit.

Facebook und Instagram im Vergleich

