

eHandwerk



→ Zielgruppe:

Führungskräfte im Handwerk und Mitarbeiter, die sich mit dem Internetauftritt des Betriebs befassen.

→ Nutzen:

Neue Kunden und Interessenten gewinnen sowie bestehende Kunden effizient informieren und an sich binden.

ERFOLGREICHES SOCIAL-MEDIA-MARKETING

„WIR HABEN ANFANGS AUCH FLYER HIER IN DER GEGEND VERTEILT, HABEN DANN JEDOCH SCHNELL FESTGESTELLT, DASS DIE RESONANZ ÜBER DIE SOZIALEN MEDIEN HEUTZUTAGE EINFACH VIEL GRÖßER IST.“

ANIKA RASKOPP LEITET SEIT NOVEMBER 2016 EINEN FRISEURSSALON IN ROODT-SUR-SYRE UND IST FÜR MEHRERE ANGESTELLTE VERANTWORTLICH. KLASSISCHE MEDIEN WIE ZEITUNGEN UND FLYER REICHTEN ALS WERBEMASSNAHMEN NICHT AUS. DESHALB SUCHTE DIE FRISEURMEISTERIN VON ANFANG AN DEN WEG IN DIE SOZIALEN NETZWERKE. MIT IHRER PRÄSENZ AUF FACEBOOK UND INSTAGRAM WENDET SIE SICH BEWUSST AN POTENTIELLE KUNDEN UND PRÄSENTIERT IHR UMFANGREICHES ANGEBOT. DOCH AUCH DIE KUNDENKOMMUNIKATION FINDET MITTLERWEILE ZUNEHMEND ÜBER SOZIALE NETZWERKE STATT.

» **Sie haben eine vorbildliche Präsenz in den sozialen Medien. Wann und vor allem wie haben Sie mit Ihren Aktivitäten dort angefangen?**

Wir haben unseren Salon im November 2016 in Roodt-sur-Syre eröffnet. In Luxemburg und Umgegend gibt es nicht so viele potentielle Styling- und Make-Up-Kunden, deshalb mussten wir erstmal unseren Bekanntheitsgrad erhöhen. Wir haben anfangs auch Flyer hier in der Gegend verteilt, haben dann jedoch schnell festgestellt, dass die Resonanz über die sozialen Medien heutzutage einfach viel größer ist. Das kostete anfangs natürlich Zeit, weil ich mich abends nach der Arbeit über das richtige Nutzen von

sozialen Netzwerken informieren musste. Das hat sich jedoch alles relativ schnell bezahlt gemacht, weil ich so einfacher und besser den Kunden von heute erreichen kann.

» **...und heute? Wie sieht Ihr Social Media-Alltag aus?**

Einmal pro Woche steht bei mir ein sogenannter „Büro-Tag“ auf dem Programm. Hier mache ich mir unter anderem Gedanken darüber, wann und was ich mit der Außenwelt teilen möchte. Mittlerweile schalte ich auch Werbung über die sozialen Netzwerke und habe so die Möglichkeit, genau

die Leute anzusprechen, die meiner Zielgruppe entsprechen. Das alles erfordert ein wenig Organisationstalent, viel Zeit nimmt es jedoch nicht in Anspruch. Man kann auch seine Mitarbeiter einbinden, indem man sie selbst interessante Beiträge über Facebook posten lässt. So sind meine Angestellten mittlerweile auch sehr aktiv in den sozialen Netzwerken und teilen Eindrücke aus unserem Friseursalon. Das Smartphone gehört heutzutage einfach zum Berufsleben dazu.

Haben Sie noch Fragen?

Möchten Sie weitere Informationen zu den bestehenden Angeboten erhalten?

Dann zögern Sie nicht die Abteilung eHandwerk der Chambre des Métiers zu kontaktieren:

Tel 42 67 67 - 305 / 306 **E-mail** ehandwerk@cdm.lu

Für weitere Informationen können Sie gerne unsere Internetseite besuchen:

yde.lu/ehandwerk

**CHAMBRE
DES MÉTIERS**
Luxembourg



» **Haben Sie bereits konkrete Erfolge mit Ihrer Präsenz in den sozialen Medien erzielt?**

Ich habe mir vor kurzem ein neues Arbeitsgerät, einen Spliss-Schneider, zugelegt, und ein Video davon auf Facebook geteilt. Dies kam auf Anhieb sehr gut an, insgesamt bekam ich an diesem Tag gleich 20 neue Terminanfragen. Ich habe ein Gewinnspiel daraus gemacht, bei dem die Leute ihre Freunde verlinken und so einen Termin zu zweit gewinnen konnten. So konnte ich viele Neukunden gewinnen. Oft musste ich mir Sätze anhören wie z.B. „ich wusste gar nicht, dass es euch gibt“. Mittlerweile kennen die Leute mich.

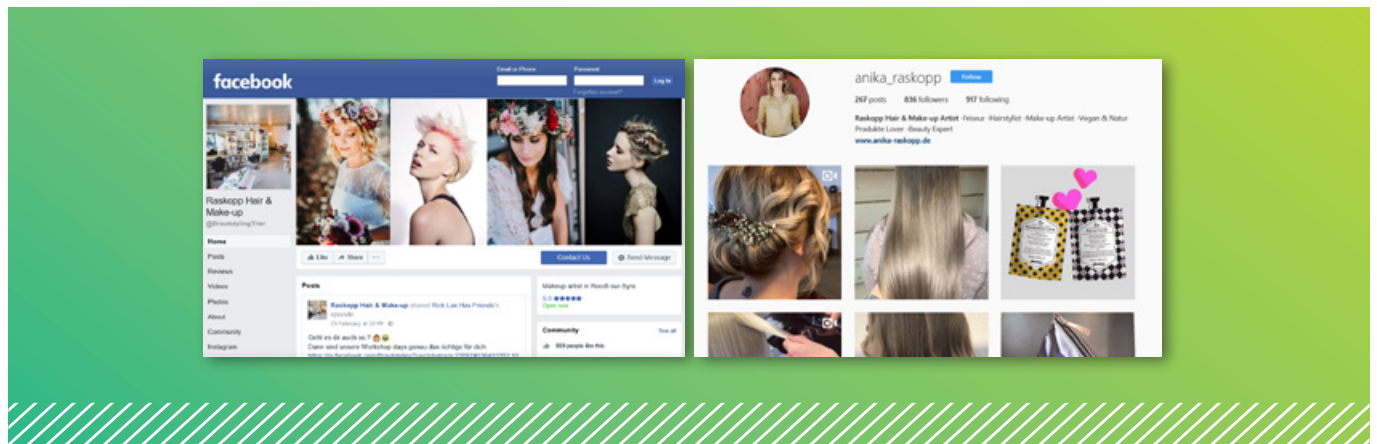
» **Können Sie Kollegen und Kolleginnen, die in den sozialen Medien starten wollen, Tipps geben?**

Das Wichtigste ist einfach loszulegen. Man lernt indem man probiert. Angst vor negativer Kritik hatte ich anfangs auch, aber man muss lernen damit

umzugehen und Positives daraus ziehen. Mir ist lieber, meine Kunden lassen mich wissen wenn etwas nicht gut gelaufen ist, als dass jemand nichts sagt und nicht wieder kommt. Das Empfehlungsmarketing ist bei Friseursalons der Hebel schlechthin. Wer das nicht mag, kann die Bewertungen ausschalten.

Zudem ist es wichtig, einen Plan auszuarbeiten und sich im Voraus Gedanken zu machen, was man in den kommenden Wochen in den sozialen Netzwerken teilen möchte. Zum Beispiel kann man sich für den Anfang vornehmen, einmal die Woche etwas zu posten.

Anschließend muss man am Ball bleiben und interessante Beiträge teilen. Am besten bindet man den Kunden ein, stellt Fragen oder zeigt ihm was er von einem Besuch bei Ihnen hat. Dies kann durch Bilder, Videos oder Gewinnspiele passieren. Die Kunden suchen heutzutage nicht mehr nur nach einer Dienstleistung, sondern nach einem Erlebnis.



IN 5 SCHRITTEN ZUR UMSETZUNG

01. Unternehmensziele festlegen

WAS möchten Sie mit Ihrer Social-Media-Präsenz erreichen? Wollen Sie neue Kontakte knüpfen oder bestehende Kontakte vertiefen?

02. Zielgruppe festlegen

WEN möchten Sie überhaupt erreichen? In welchen Netzwerken hält sich Ihre Zielgruppe auf?

03. Plattform auswählen

Beginnen Sie auf der Plattform die am besten zu Ihrem Unternehmen und Ihrer Zielgruppe passt. Tasten Sie sich langsam vor und sammeln Sie Ihre eigenen Erfahrungen.

04. Inhalte erstellen

Veröffentlichen Sie regelmäßig Inhalte mit Aussage. Das können zum Beispiel Geschichten rund um Ihr Produkt sein, die Ihre Kunden emotional und fachlich erreichen oder einfach nur amüsieren. Nur so werden Ihre Beiträge eine hohe Reichweite erzielen.

05. Erfolg messen

Finden Sie heraus, welche Inhalte besonders gut bei Ihrer Kundschaft ankommen und welche nicht. Seien Sie geduldig, denn Erfolg kommt nicht über Nacht, sondern kostet Zeit und Engagement.



Haben Sie noch Fragen?

Möchten Sie weitere Informationen zu den bestehenden Angeboten erhalten?

Dann zögern Sie nicht die Abteilung eHandwerk der Chambre des Métiers zu kontaktieren:

Tel 42 67 67 - 305 / 306 E-mail ehandwerk@cdm.lu

Für weitere Informationen können Sie gerne unsere Internetseite besuchen:

yde.lu/ehandwerk

