



# Umsatz Umsatz Umsatz

## *Ist Umsatzsteigerung und Kundengewinnung mit Social Media das moderne Allheilmittel?*

Vielerorts stoßen Kosteneinsparungen an physische Grenzen. Immer mehr Unternehmen stellen fest: „Zu Tode gespart ist auch gestorben“.

Dabei hat die simple Formel: Gewinn = Umsatz – Kosten zwei Faktoren. Nehmen Sie beispielsweise irgendein relevantes Problem in Ihrem Unternehmen und fragen sich: „Um wie viel leichter wäre dieses Problem zu lösen, wenn wir – bei gleichbleibender Kostenlage – doppelt so viel Umsatz hätten?“ Wenn Umsatzsteigerung die Lösung vieler Probleme darstellt, was können

■ 95% DER KLASSISCHEN WERBEBOTSCHAFTEN ERREICHEN DEN POTENZIELLEN KUNDEN ZU EINEM ZEITPUNKT AN DEM ER KEIN INTERESSE HAT.

Unternehmen heute tun, um ihre Umsätze zu steigern?

Fakt ist: Die klassischen Wege der Werbung und Neukundengewinnung versagen immer mehr. Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen das rapide Nachlassen der Wirkung klassischer Werbung eindrucksvoll. Während sich 1985 noch ca. 18% der Empfänger an die Werbebotschaft erinnerten, liegt dieser Wert heute unter 8%. Kein

Wunder, bei durchschnittlich 3.000 Werbebotschaften die uns heute täglich erreichen. Neue Studien zeigen: 95% der klassischen Werbebotschaften erreichen den potenziellen Kunden zu einem Zeitpunkt an dem er kein Interesse hat.

Die modernen Neurowissenschaften zeigen uns heute neue Erkenntnisse, wie unser Gehirn Werbebotschaften verarbeitet. Damit eine Botschaft von unserem Gehirn als relevant wahrgenommen wird und damit Wirkung zeigt, sind Kriterien wie „neu, sinnvoll, bedeutsam und glaubwürdig“ wichtiger, als uns die klassische AIDA-Formel<sup>1</sup> jahrzehntelang empfahl.

### **Neue Wege zur Umsatzsteigerung und Kundengewinnung sind gefragt der je.**

Insbesondere im Punkt „Glaubwürdigkeit“ hat klassische Werbung heute die größten Defizite. Kunden legen mehr Wert auf die Meinung unbekannter Referenzgeber als sie den Aussagen des Unternehmens glauben. Eine Nielsenstudie belegt: über 70% der Verbraucher schenken den Bewertungen durch andere Käufer glauben. Ein in Amazon gar nicht bewertetes Produkt erzielt erheblich weniger Umsatz als ein gut bewertetes Produkt.

Dabei ist diese Erkenntnis grundsätzlich nicht neu. Die Jahrtausende alte „Mund-zu-Mund Propaganda“ in Form einer Empfehlung ist auch heute noch die beste Werbung. Sie ist an Glaubwürdigkeit nicht zu übertreffen. Bis vor 20 Jahren fand diese aber nur am Stammtisch, auf Kongressen oder in persönlichen Gesprächen statt. Heute heißt die gute alte „Mund-zu-Mund Propaganda“ virales Marketing und findet im globalen Dorf des Internets, Web 2.0 und Social Media in Lichtgeschwindigkeit statt.

Innerhalb von Sekunden kann eine Empfehlung an Tausende potenzielle Kunden gelangen.

Auch im B2B wird Marketing in Social Media Netzwerken immer wichtiger. So vermeldete schon 2009 der Computerhersteller Dell einen, über den Microbloggingdienst Twitter erzielten Umsatz von 6,5 Mio. \$.

Aber nicht nur Konzerne nutzen Social Media erfolgreich. Vielleicht haben Sie in den letzten Monaten auch vom Malermeister Werner Deck aus Eggstein gelesen. Er hat sein Marketing um Social Media Elemente erweitert. Auf seinem Blog verzeichnet er seitdem einen Besucherrekord nach dem anderen.

Im Dezember 2010 waren es über 35.000 Besucher, ca. 20% mehr als noch im Vormonat. Auch in Twitter folgen Werner Deck bereits über 1.100 Interessenten.

Das Kuriose an Werner Decks Malerbetrieb: Er ist nicht etwa auf junge, besonders internetaffine Klientel, sondern auf die Generation 60plus spezialisiert.

Die Social Media Werbeaktivitäten von Werner Deck haben ihm die Aufmerksamkeit örtlicher Zeitungen und etlicher Branchendienste im Internet eingebracht. Sogar ein Fachmagazin für Werbung berichtete über ihn. Unbezahlbare Werbung, die an Glaubwürdigkeit kaum zu übertreffen ist. Dabei gibt es in Werner Decks Blog weniger Informationen über seine Unternehmensleistungen im Sinn klassischer Werbung. Statt dessen postet er auf witzige Weise Meldungen über sein Unternehmen und gibt sogar selbst Tipps zur Umsatzsteigerung und Kundengewinnung.

### **Ist Social Media ein geeigneter Weg zur Umsatzsteigerung für Unternehmen auch im B2B Marketing?**

Virale Botschaften in Social Media erfüllen die Kriterien, „neu, bedeutsam und glaubwürdig“ mehr als alle anderen Werbebotschaften. Das erklärt den Erfolg gut gemachten Marketings in Social Media.

Am 15.01.2011 postet beispielsweise Volker Geyer, ein mittelständischer Unternehmer in einem XING Forum den Link zu seinem Unternehmensblog. Er teilt mit, dass er sein Marketing auf diese neuen Medien umstellt. Bereits 35 Minuten später bekommt er eine Empfehlung von einem Leser mit dem Wortlaut: „Die mit Abstand beste Website eines Handwerkers weit und breit!“

Richtig eingesetzt sind Social Media Netzwerke ein geeigneter Weg zur Umsatzsteigerung. Der häufigste Fehler ist die Anwendung alter Werbegesetzmäßigkeiten in Social Media. Hier ticken die Uhren eben anders. ■



#### **André Schneider**

ist Business Coach und Umsatzexperte. Er berät Unternehmen zu Fragen der Kundengewinnung und arbeitet als Trainer für Akquise, Kommunikation und Führung.

## **VIRALES MARKETING FINDET IN LICHT- GESCHWINDIGKEIT STATT**

<sup>1</sup>: Die AIDA-Formel ist ein Stufenmodell der Werbewirkungsforschung und bedeutet Attention, Interest, Desire und Action.