

MZE-PRAXIS-GUIDE: SOCIAL MEDIA MARKETING FÜR IHR UNTERNEHMEN

Als Einrichtungsfachhändler, Raumausstatter, Betten- oder Küchenstudio sollten Sie auf Social Media Marketing setzen, weil es zahlreiche Vorteile bietet, die helfen können **Ihre Marke zu stärken, Ihre Reichweite zu vergrößern und Ihre Umsätze zu steigern!**

Unser PRAXIS-GUIDE zeigt Potenziale auf und gibt Ihnen konkrete Ideen/Anleitungen für erfolgreiches Marketing auf Social Media-Plattformen:

1) WELCHE VORTEILE BRINGT IHNEN SOCIAL MEDIA MARKETING?

Sie fragen sich, warum MZE als Ihr Möbelverband seit Jahren die Bedeutung von Social Media Marketing für den Einrichtungs- und Bettenfachhandel betont? – **Aus den folgenden Gründen sind wir von den Vorteilen für Ihr Unternehmen überzeugt:**

- **Kosteneffizientes Marketing:** Höhere Rendite bei geringeren Kosten – genau das können Sie mit Social Media Marketing erreichen. Im Vergleich zu traditionellen Werbemethoden sind die Kosten wesentlich geringer. Mit Social Media Ads können Sie zusätzlich die gewünschte Zielgruppe mit relativ geringen Werbebudgets erreichen.
- **Erhöhte Sichtbarkeit und Reichweite:** Via Social Media Plattformen können Sie gezielt Ihre Zielgruppen ansprechen. Durch die Nutzung unterschiedlicher Plattformen (Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn) können Sie ein breites Publikum mit gezielten Inhalten erreichen und Ihre Markenbekanntheit steigern.
- **Kundenbindung und Interaktion:** Social Media bietet die Möglichkeit, mit Ihren Kunden direkt zu interagieren, Fragen zu beantworten und Feedback zu erhalten. Damit stärken Sie die Kundenbindung und das Vertrauen in Ihre Unternehmen.
- **Visuelle Produktpräsentation:** Plattformen wie Instagram und Facebook sind ideal, um Produkte visuell ansprechend zu präsentieren, um dadurch die Qualität, Funktionalität und/oder Ästhetik Ihrer Produkte zu unterstreichen. Mit Bildern, Videos und Stories können Sie Follower inspirieren und neue Bedürfnisse und Wünsche wecken.
- **Vertrauen und Authentizität:** Teilen Sie echte Kundenbewertungen und gewinnen Sie damit das Vertrauen neuer Kunden. Zeigen Sie außerdem die menschliche Seite Ihrer Marke durch Geschichten, Mitarbeiterportraits und Behind-the-Scenes-Inhalte.
- **Zusätzlicher Verkaufskanal:** Sie können Social Media als erweiterte Ladentheke nutzen, indem Sie Produkte präsentieren und mittels Social Commerce oder Verlinkungen zu Ihrem Webshop direkt online verkaufen.

2) SO WÄHLEN SIE GEEIGNETE SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN AUS

Sie fragen sich, welche Social Media Plattformen für Ihr Unternehmen wirklich geeignet sind? Sie wissen gar nicht, wie Sie diese Entscheidung rational treffen können? Wir bringen Ihnen die **Vorteile der unterschiedlichen Networks** näher:

- **Instagram:** Instagram ist ideal für visuelle Inhalte und Lifestyle-Produkte. Auch die Shopping-Integration ist hier besonders gut aufbereitet. Mit Stand 2024 hat Instagram in Deutschland über 30 Millionen Nutzer. Ein Drittel ist im Alter zwischen 25 bis 34 Jahren. Auch die Altersgruppen 18 bis 24 Jahre sowie 34 bis 44 Jahre sind stark auf Instagram vertreten.
- **Facebook:** Bietet umfassende Werbemöglichkeiten und eine sehr breite Nutzerbasis. Dieses Netzwerk ist optimal für die Kunden-Interaktion sowie für die Vermarktung von Events und die Produktpräsentation.
- **Pinterest:** Wer langfristige Inhalte aufbauen möchte, sollte Pinterest in Erwägung ziehen. Dieser Kanal ist sehr effektiv für visuell orientierte Branchen wie die Einrichtungsbranche.
- **YouTube:** Wenn Sie ausführliche Videos, Produkt-Tutorials und Vlogs produzieren und vermarkten wollen, sollten Sie unbedingt einen YouTube-Kanal für Ihr Unternehmen einrichten und diesen bespielen.
- **LinkedIn:** Ideal für die B2B-Kommunikation sowie für die Verbreitung von fachlich fundierten Inhalten.

Wir raten dazu mit 1 – 2 Networks zu starten und genau zu analysieren, ob die Reichweite und Interaktionen zufriedenstellend sind. **Sehr beliebt und erfolgreich für den Einrichtungs- und Bettenfachhandel ist die Kombination „Facebook + Instagram“.**

3) WIE LEGT MAN EIN UNTERNEHMENSPROFIL AN?

Sie haben Social Media bisher für Ihr Unternehmen noch gar nicht genutzt? Dann fragen Sie sich vielleicht, wie Sie ein Unternehmensprofil anlegen können. **Wir haben für die gängigsten Social Networks eine kleine Anleitung aufbereitet:**

Um ein Unternehmensprofil auf Facebook im Jahr 2024 anzulegen, folgen Sie diesen Schritten:

1. **Anmelden:** Melden Sie sich bei Ihrem Facebook-Konto an. Falls Sie noch keines haben, erstellen Sie ein Konto.
2. **Seite erstellen:** Klicken Sie auf das Menüsymbol oben rechts und wählen Sie „Seite erstellen“.
3. **Seitentyp wählen:** Wählen Sie „Unternehmen oder Marke“.
4. **Informationen eingeben:** Geben Sie den Seitennamen und die Kategorie (z.B. „Möbelgeschäft“) ein.
5. **Weitere Details:** Fügen Sie die Firmenadresse, Kontaktinformationen und eine Beschreibung Ihres Unternehmens und Ihrer Leistungen/Produkte hinzu.
6. **Profil- und Titelbild:** Laden Sie ein Profilbild (Logo) und ein Titelbild hoch.
7. **Fertigstellen:** Klicken Sie auf „Fertigstellen“.

Anschließend können Sie Ihre Seite anpassen, Beiträge erstellen und Ihre Zielgruppe erreichen.

Um ein Unternehmensprofil auf Instagram im Jahr 2024 anzulegen, folgen Sie diesen Schritten:

1. **Instagram-App herunterladen:** Laden Sie die Instagram-App aus dem App Store oder Google Play Store herunter und installiere sie diese.
2. **Konto erstellen:** Öffnen Sie die App und wählen Sie „Konto erstellen“. Geben Sie E-Mail-Adresse oder Telefonnummer ein und erstelle Sie ein Passwort.
3. **Profilinformationen eingeben:** Füllen Sie die grundlegenden Informationen aus (Name, Benutzername, Passwort).
4. **Profil in ein Unternehmensprofil umwandeln:**
 - Gehen Sie zu Ihrem Profil und tippen Sie auf die drei Linien oben rechts.
 - Wählen Sie „Einstellungen“ und dann „Konto“.
 - Tippe Sie auf „Zu einem professionellen Konto wechseln“.
 - Wählen Sie „Unternehmen“ und folge den Anweisungen, um Ihr Profil zu vervollständigen.
5. **Unternehmensinformationen eingeben:** Geben Sie Informationen wie die Geschäftsadresse, Telefonnummer und eine kurze Beschreibung zu Ihrem Unternehmen, Dienstleistungen/Produkten ein.
6. **Profilbild und Biografie:** Laden Sie ein Profilbild (idealerweise Ihr Firmenlogo) hoch und fügen Sie eine ansprechende Biografie hinzu.

4) WELCHEN STIL UND WELCHE TONALITY SOLLTE ICH FÜR SOCIAL MEDIA POSTINGS NUTZEN?

- **„DU“ oder „SIE“?** Auf Instagram hat sich das „DU“ bewährt, während auf Facebook das „SIE“ noch weiterverbreitet ist. Wenn Sie sich selbst mit dem Duzen von Kunden in Social Networks unwohl fühlen, sollten Sie authentisch bleiben und einfach auf die Höflichkeitsform setzen, wenn diese besser zu Ihrem Stil und Unternehmen passt.
- **Authentizität:** Das höchste Gut ist es, authentisch zu kommunizieren. Ähnlich Ihrem Beratungsstil im Fachgeschäft, sollten Sie Ihr Unternehmen auch auf Social Media präsentieren.
- **Aktivierend:** Formulieren Sie Posting-Texte immer positiv und versuchen Sie Ihre Follower zu Interaktionen zu animieren.
- **Kundenzentriert:** Bei der Erstellung von Postings sollten Sie sich an den Bedürfnissen und Wünschen Ihrer Kunden orientieren.
- **Einheitlicher Stil:** Grafiken, Farben und Sprachstil sollten konsistent sein und zu Ihrer Marke passen, um deren Wiedererkennungswert zu stärken.
- **Positive Inhalte bevorzugt:** Meiden Sie negative oder kontroverse Themen in Social Networks.

5) CONTENT-IDEEN FÜR SOCIAL MEDIA POSTINGS

Sie erkennen das Potenzial von Social Media Marketing, aber es fällt Ihnen schwer, regelmäßig Ideen für Postings zu finden? – **Gerne geben wir Ihnen Content-Ideen für erfolgreiche Social Media Postings an die Hand:**

- **Neue Produkte:** Neue Ware ist eingetroffen? Sie haben Ihren Showroom umgestaltet und/oder zeigen neue Ausstellungsstücke? Präsentieren Sie diese Neuigkeiten auf Social Media. Diese Informationen halten das Kundeninteresse aktiv und können neue Bedürfnisse wecken, weshalb Kunden Ihr Fachgeschäft besuchen.
- **Saisonale Inhalte:** Ob Weihnachten oder die klassischen Jahreszeiten – Ihr Produktangebot besteht häufig auch aus saisonalen Produkten. Diese sollten Sie unbedingt auf Social Media präsentieren. Geschätzt werden auch nützliche Informationen, wie z. B. Geschenkideen (Gutscheine, Bettwäsche, Dekoartikel) zu Anlässen wie Muttertag oder Weihnachten.
- **Services präsentieren:** Als Fachgeschäft liegt Ihre Kernkompetenz in der Beratung und im Service. Dieses vielfältige Angebot sollten Sie unbedingt in Form ansprechender Postings präsentieren. – Beispiele dafür sind: „Unsere Schlafberatung in 4 Schritten.“ oder „3 Säulen persönlicher Einrichtungsplanung“. Auch spezielle Leistungen wie z. B. Bettfedernreinigung, Näh- und Polsterservice, Lieferung & Montage sollten Sie als Teil Ihrer Social Media Inhalte präsentieren, um aufzuzeigen, wie vielfältig und persönlich der Service in Ihrem Fachbetrieb ist.
- **Aktionen:** Sie planen attraktive Aktionen in Ihrem Fachbetrieb? Machen Sie Kunden frühzeitig auf die Angebote aufmerksam und setzen Sie auf mehrere Postings zum Aktionszeitraum, um eine gute Durchdringung zu erreichen.
- **Events & Kundenveranstaltungen:** Erstellen Sie zu Ihren Veranstaltungen z. B. ein Facebook-Event. Laden Sie Ihre Follower ein und forcieren Sie die Event-Bewerbung in Form von mehreren Postings. Außerdem sollten Sie das Potenzial von Foto- und Videomaterial vom Event für Nachberichte aus Social Media nutzen.
- **Kundenbewertungen:** Ihr Unternehmen wird regelmäßig von Kunden positiv bewertet? Dann setzen Sie diese Kundenfeedbacks ein, um andere Kunden von Ihrem Unternehmen zu überzeugen, indem Sie diese Bewertungen als Grafiken aufbereiten und auf Social Media teilen.
- **Aus Ihrem Team:** Persönlichkeit und der Blick hinter die Kulissen sind auf Social Media ein Dauerbrenner für erfolgreiches Marketing. Stellen Sie Ihre Teammitglieder vor, zelebrieren Sie Firmenjubiläen mit einem Posting, zeigen Sie Eindrücke von Weihnachtsfeiern und geben Sie Einblicke in Ihren Arbeitsalltag als Team.
- **Aktionstage:** Es gibt relevante Aktionstage, die Sie für Ihre Social-Media-Aktivitäten nutzen können. Zum Beispiel: „Tag des Schlafes“ oder „Tag der Rückengesundheit“. Informieren Sie sich einfach im Web zu geeigneten Aktionstagen für Ihre Social Media Postings.

6) SETZEN SIE AUF EINE BEWUSSTE PLANUNG IHRER POSTINGS

Sie haben viele Ideen, aber häufig bleibt das Social Media Marketing im Arbeitsalltag auf der Strecke? – Um eine regelmäßige Kommunikation sicherzustellen, empfehlen wir eine bewusste Redaktionsplanung im 4- bis 8-Wochen-Takt. **So planen Sie Ihr Social Media Marketing:**

- **Anzahl der monatlichen Postings definieren**
- **Themen für Postings festlegen**
- **Foto-/Videomaterial für die Postings sammeln**
- **Posting-Texte + Hashtags verfassen**
- **Veröffentlichungsdatum festlegen**
- **Posten:** Sie können Postings mittels Planung im Meta Business Manager vorab einplanen und die Postings werden zum definierten Zeitpunkt automatisch veröffentlicht. Oder Sie veröffentlichen einzelne Postings in Echtzeit.

Mit diesem strategischen Vorgehen fällt es leicht, ein regelmäßiges Social Media Marketing zu realisieren.

SIE HABEN FRAGEN? SIE BENÖTIGEN UNTERSTÜTZUNG?



**Nutzen Sie
eine Beratung**

Sie brauchen Unterstützung im Social Media Marketing? – Das MZE-Marketingteam bietet attraktive Lösungen, die Ihnen diese Aufgabe abnehmen. Wir kennen die Branche und setzen Ihr Unternehmen in sozialen Netzwerken in Szene.



**Mehr zum
Full-Service-Marketing
von MZE**