



Durch die Handhabung von Social Selling können in der Gebäudehüllen-Branche engere Kundenbeziehungen und effektivere Vermarktungsmethoden entstehen.

Verkauf Social Media und Inhalte als Schlüssel für tiefere Kundenbeziehungen in KMU-Betrieben der Gebäudehülle.

Social Selling – über Social Media mit Kunden interagieren

Text: Roger Zosso | Foto: shutterstock.com

In der heutigen digitalen Ära gewinnt Social Selling zunehmend an Bedeutung. Es handelt sich dabei um die effektive Nutzung von sozialen Medien, mit qualitativ hochwertigem Inhalt und einer starken Kundenbeziehung, um Produkte und Dienstleistungen zu vermarkten. Welches sind die Auswirkungen von Social Selling in unserer Branche?

Definition und Merkmale

Social Selling bezieht sich auf den Einsatz sozialer Medienplattformen wie Facebook, Instagram, LinkedIn und X (ehemals Twitter), um eine digitale Präsenz aufzubauen, potenzielle Kunden anzusprechen und eine persönliche Beziehung zu ihnen aufzubauen. Es umfasst die Schaf-

fung von relevantem und ansprechendem Textinhalt, der die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf sich zieht und den Mehrwert der angebotenen Produkte und Dienstleistungen verdeutlicht.

Die Bedeutung von Social Selling

Social Selling hilft Betrieben in der Gebäudehüllen-Branche, durch soziale Medien direkter mit Kunden in Kontakt zu treten und so mehr Aufträge zu gewinnen.

- **Erweiterte Reichweite und Sichtbarkeit:** Durch den Einsatz von Social Media können KMU-Betriebe ihre Reichweite erheblich erweitern und neue potenzielle Kunden erreichen, die sonst möglicherweise nicht auf

das Unternehmen aufmerksam geworden wären.

- **Aufbau einer persönlichen Marke:** Social Selling ermöglicht es KMU-Betrieben, eine starke und authentische persönliche Marke aufzubauen, die Vertrauen bei potenziellen Kunden schafft und sie dazu ermutigt, eine langfristige Beziehung aufzubauen.
- **Verbesserte Kundenbeziehungen:** Durch den regelmäßigen Austausch von relevantem Inhalt wird der Kunde immer wieder an die Firma erinnert. Referenzobjekte, Geschichten und Bilder schaffen eine Beziehung zwischen Kunde und Handwerksbetrieb.

Strategien und konkrete Ideen für das Social Selling in Betrieben der Gebäudehülle

Betriebe der Gebäudehülle können Social Selling nutzen, indem sie beeindruckende Projektfotos teilen, Kundenbewertungen hervorheben und über soziale Medien Expertentipps und -beratung zu Gebäudehüllen-Themen anbieten.

- **Identifikation der Zielgruppe:** Um effektives Social Selling zu betreiben, ist es wichtig, die Zielgruppe des Betriebs genau zu kennen. Durch die Analyse von Altersstruktur, Interessen und Verhaltensweisen können gezieltere Inhalte erstellt und potenzielle Kunden besser angesprochen werden.
- **Veröffentlichen von hochwertigem Inhalt:** Gebäudehüllenbetriebe sollten qualitativ hochwertigen Inhalt erstellen, der sowohl informativ als auch ansprechend ist. Dies kann in Form von Blog-Artikeln, Videos, Bildern oder Infografiken geschehen. Der Inhalt der Posts sollte die Probleme und Bedürfnisse der Zielgruppe ansprechen und Lösungen oder einen Mehrwert bieten.
- **Aktive Präsenz in sozialen Medien:** Es ist wichtig, eine aktive Präsenz in den relevanten sozialen Medienplattformen aufrechtzuerhalten. Dies umfasst das regelmässige Teilen von Inhalten, das Beantworten von Kommentaren und Nachrichten, das Engagement mit der Zielgruppe und das Verfolgen von Trends in der Branche.

- **Aufbau von Beziehungen:** Social Selling geht über das blosses Verkaufen hinaus. KMU-Betriebe sollten auf den sozialen Medien aktiv mit ihrer Zielgruppe interagieren, Fragen beantworten, Feedback entgegennehmen und eine persönliche Beziehung aufbauen. Dies schafft Vertrauen und kann zu langfristigen Kundenbeziehungen führen.
- **Messung und Analyse:** Die Effektivität der Social-Selling-Strategie sollte regelmässig gemessen und analysiert werden. Dies umfasst die Überwachung von Kennzahlen wie Reichweite, Engagement, Konversionen und Umsatz. Auf dieser Grundlage können Anpassungen und Optimierungen vorgenommen werden, um die Ergebnisse zu verbessern.

Herausforderungen und mögliche Lösungen

Social Selling kann durch Informationsüberflutung und Misstrauen herausfordernd sein, aber regelmässiges Teilen qualitativ hochwertiger Inhalte und authentisches Engagement mit der Community können das Vertrauen der Kunden stärken.

- **Zeit- und Ressourcenmangel:** Handwerksbetriebe verfügen oft über begrenzte Ressourcen und Zeit. Eine mögliche Lösung besteht darin, Social Selling in den Arbeitsablauf zu integrieren und Ressourcen zu priorisieren. Automatisierungs- und Planungstools können ebenfalls helfen, den Aufwand zu minimieren.



Fazit: Bedeutung von Social Selling in KMUs

In einer Zeit, in der die digitale Kommunikation und das Kundenverhalten immer stärker von sozialen Medien geprägt sind, ist Social Selling für KMU-Betriebe im Handwerk von grosser Bedeutung. Die Verbindung von Social Media, qualitativ hochwertigem Inhalt und einer starken Kundenbeziehung bietet die Möglichkeit, die Sichtbarkeit zu erhöhen, Vertrauen aufzubauen und letztendlich den Geschäftserfolg zu steigern. Indem KMU-Betriebe die Strategien des Social Selling umsetzen und sich kontinuierlich an die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe anpassen, können sie sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und eine solide Grundlage für nachhaltiges Wachstum schaffen.

- **Datenschutz und rechtliche Aspekte:** Beim Social Selling müssen die Betriebe sicherstellen, dass sie die Datenschutzrichtlinien einhalten und die Zustimmung der Kunden für die Verarbeitung ihrer Daten einholen. Es ist ratsam, sich über die geltenden Gesetze und Bestimmungen zu informieren und gegebenenfalls rechtlichen Rat einzuholen.

PORTRÄT



Roger Zosso, lic.oec.publ.

Inhaber der T&C Trainingsconsult AG
Langjährige Praxis in Führung und Verkauf
www.zossotraining.ch
rzosso@zossotraining.ch
M 079 216 41 86

Seit über 20 Jahren entwickelt Roger Zosso erfolgreich Weiterbildungskonzepte – spezifisch auf die jeweilige Branche und das Unternehmen ausgelegt. Als persönlicher Trainer und Berater ist es seine Stärke, die Bedürfnisse in den Unternehmen zu erkennen und massgeschneidert in individuellen Seminaren und Workshops zu trainieren. Seit Jahren unterrichtet er an verschiedenen Bildungsinstitutionen. So ist er tätig als Trainer für persönlichkeitsbildende und betriebswirtschaftliche Module am Bildungszentrum Polybau Uzwil, als Referent für Verkauf, Führung und Betriebswirtschaft am Bildungszentrum Bau Campus Sursee und als Referent für verteilte Betriebswirtschaftslehre am Swissmechanic Ausbildungszentrum Weinfelden.