

Erweiterung des Schaufensters

Facebook ist eine ideale Plattform für FloristInnen, um für sich zu werben. Das sagt der Social-Media-Spezialist Christian Bossert*. Er empfiehlt, als Geschäft daran teilzunehmen.

Text: Simone Gump | Fotos: Shutterstock

Gemäss Christian Bossert verpassen sehr viele Kleinunternehmer die Chance, sich im Netz in Szene zu setzen: «Netzwerken ist nicht neu, es hat sich einfach auf elektronische Wege verschoben.» Was früher der Dorfbrunnen für die Waschfrauen war, sei heute das Internet. Um ins Gespräch, respektive in einen Austausch zu kommen, sei Facebook deshalb sehr wichtig. «Wer jetzt nicht einsteigt, wird es später bereuen», davon ist Bossert überzeugt. Je mehr man über einen Betrieb wisse, umso stärker werde die emotionale Verbindung und die Schwellenangst sinke. «Dadurch erhöht sich die Bereitschaft für einen Kauf oder eine Bestellung», sagt Bossert.

Wie kann ich als FloristIn über Facebook KundInnen gewinnen?

«Bei Facebook geht es in erster Linie um das Aufbauen und Pflegen von neuen und bestehenden Beziehungen und um das Bilden von Vertrauen», sagt Bossert. Das Ziel sollte immer sein, InteressentInnen entweder in den Laden zu bringen, wo sie hoffentlich einkaufen, oder auf die eigene Website zu leiten. Auf der Website werden dann ausführlichere Informationen aufgeführt, welche die Beziehung weiter vertiefen (wie das Vorstellen des Teams, Infos zur Hochzeitsberatung oder eine

Newsletter-Anmeldung). Facebook diene auch als Türöffner nach dem Motto: «Hallo, hier bin ich! Ich mache dies und jenes.» Zudem sei es eine äusserst attraktive Werbepattform, da man kostengünstig und sehr zielgerichtet zukünftige KundInnen ansprechen könne.

Wieso ist Floristik ideal?

Christian Bossert nennt die Facebook-Seite ein virtuelles Schaufenster. Man kann sich damit von verschiedensten Seiten präsentieren. Die Arbeit der FloristInnen ist sehr visuell, darum eigneten sich insbesondere Bilder oder kleine Videoclips gut als Posts auf der eigenen Facebook-Seite. Rein Visuelles werde viel häufiger geteilt, respektive an Freunde weitergeleitet, als Texte. «Bilder und Filme sind sinnlich, emotional und darum sofort ansprechend», so Bossert.

Kann ich KundInnen im Geschäft auf Facebook ansprechen?

«Ja klar», sagt Bossert, «zum Beispiel mit einem Schild gleich bei der Kasse oder am Eingang. Ich empfehle, auf allen Kommunikationswegen (in E-Mails, auf der Website, auf Drucksachen etc.) einen Hinweis anzubringen. Mein Tipp ist, immer einen klaren Aufruf zu machen: Zum Beispiel: «Liken Sie uns, folgen Sie uns auf Facebook.»

Was sind die Vor- und Nachteile?

«Es ist eine kostengünstige Werbemöglichkeit. Aber soziale Medien sind nicht kostenlos», erklärt Bossert. Es benötige zeitlichen und finanziellen Aufwand (neben Werbebudget auch Personalkosten), um ernsthaft Marketing über die sozialen Medien zu betreiben. Das Preis-Leistungs-Verhältnis sei jedoch höchst interessant für FloristInnen. «Es muss einem bewusst sein, dass wir hier von einer langfristigen Strategie sprechen. Ausdauer und Experimentierfreude sind gefragt, vor allem auch, wenn etwas nicht gleich so klappt, wie man es erwartet.»

Was muss ich unbedingt tun, was darf ich keinesfalls tun?

Unbedingt notwendig ist laut Bossert eine Strategie: Wer, wo, wie, was? «Ohne Plan kann man nicht erfolgreich Ziele erreichen.» Der Betreuungsaufwand könne mit Automatisierungs-Tools entsprechend minimiert werden. Darüber spricht Bossert im Kurs detaillierter (siehe Seite 21). Dann sei es wichtig, authentisch, ehrlich und freundlich aufzutreten. «Wenn man diese Arbeit ernst nimmt und Kundenanliegen in nützlicher Frist beantwortet, sich für positive Kommentare und Ereignisse bedankt und die negativen nicht einfach löscht,

sondern gleichermassen darauf eingeht, dann werden die Vorteile eindeutig überwiegen.» ■

Tipp der Redaktion

Die wenigsten haben bereits Gratis-Apps installiert, mit denen man für Facebook kleine Filme in kürzester Zeit und völlig unkompliziert aufnehmen kann. Dabei ziehen gerade diese die Aufmerksamkeit auf sich. Mit SnapMovie nehmen Sie kurze Sequenzen auf und zuletzt wird die gewünschte Musik eingefügt aus der Datei, welche in der App bereits enthalten ist. Fertig!



Für iPhone:
LINE SnapMovie



Für Android-Phones:
SnapMovie (road movie maker)

* **Christian Bossert** ist Digital-Marketing-Spezialist und zeigt UnternehmerInnen, wie sie mit Online-Strategien (Social Media, E-Mail-Marketing, Content Marketing etc.) ihre Sichtbarkeit im Internet erhöhen und dadurch mehr Kunden gewinnen können.
www.christianbossert.net

Möchten Sie eine Facebook-Seite für Ihr Geschäft eröffnen? Falls Sie dazu Informationen wünschen, hat «Florist» in Zusammenarbeit mit der Floristin Magdalena Wichser und Marcel Cugini vom Geschäft «80m2 Wohnen Natur Leben» in Dübendorf unter Anweisungen von Christian Bossert einen Leitfaden erstellt. Sie finden diesen unter www.florist.ch/index.php?florist