

QVC testet Angebote speziell für Facebook

☒ Social Networks wie Facebook, StudiVZ oder MySpace werden für Onlinehändler langsam aber sicher zu einem interessanten Marketing- und Kommunikationskanal. Welche Strategien in sozialen Netzwerken funktionieren, testet der TV-Shopping-Sender QVC jetzt auf Facebook.

Mehr zu den Facebook-Angeboten von QVC lesen Sie hier.

In den USA hat QVC sein erstes Facebook-Only-Angebot online gestellt. Nur Facebook-Nutzer, die Fans von QVC sind, können das Angebot nutzen - für alle anderen gilt das Angebot erst zwei Tage später. Wie es sich für einen TV-Shopper gehört, werden die Angebote als Video promotet.

Fans sind Voraussetzung

Was haben Fans mit eCommerce und Web2.0 zu tun? Fans sind Nutzer, die sich mit einer Marke oder einem Produkt identifizieren. Soziale Netzwerke sind für Unternehmen eine Chance, diese Fans im Netz zu erreichen und ihnen eine Plattform zu bieten, auf der sie über die Marke sprechen und sich austauschen können.

Die Überlegung dahinter ist, dass Fans für Werbung und Markenbotschaften viel empfänglicher sind als andere Nutzer (Fansumer-Marketing). Mittlerweile bieten viele Netzwerke spezielle Netzwerkprofile - also Fanseiten - für Unternehmen an.

Doch seine Fans einfach nur mit Werbung zu überschwemmen reicht nicht aus und kann sogar kontraproduktiv sein. QVC bietet Fans einen klaren Mehrwert bei seinen Facebook-Only-Angeboten. Sie bekommen, was andere noch nicht haben. Zusätzlich kann QVC vorab testen, ob das Angebot auch vom Nutzer angenommen wird und wie viele Bestellungen vorab eingehen.



Teleshopping-Experte Ingo Schall gibt in seinem Blog helloingo.com einen wertvollen Tipp für Shopbetreiber, die das QVC-Modell auch einmal testen wollen:

Übrigens: an dem Video (das wohl im QVC-Foyer entstanden sein muss) sieht man schön, dass für ein Webvideo nicht die gleichen Standards wie für einen TV-Video gelten müssen. Kein Mikro, kein extra Licht. Kamera an und fertig. Einfach und effektiv. Hauptsache es wirkt echt und authentisch. Genau das macht den Charme von Facebook aus.