

So nutzen Shopbetreiber Facebook - Ergebnisse unserer Umfrage

✘ Vor zwei Wochen startete das shopbetreiber-blog seine Blitzumfrage zur Facebooknutzung unter Online-Händlern. Jetzt liegen die Ergebnisse vor. Fast 150 Online-Händler haben sich an dieser Momentaufnahme beteiligt. Dafür danken wir allen recht herzlich.

Die Ergebnisse der Blitzumfrage lesen Sie hier.

Obwohl immer mehr deutsche Online-Händler in Social Media aktiv sind - also das Web2.0 nutzen, wie Facebook und Co. früher genannt wurden -, sind die dort eingesetzten Strategien doch eher am Web1.0 orientiert:

Kommunikation mit dem Verbrauchern und Kunden, Angebotspräsentationen aus dem eigenen Shop und klassische Neukundengewinnung, zählen zu den am häufigsten eingesetzten Strategien. Das ergab eine **Stichprobenumfrage** unter 143 Online-Händlern hier im Blog. Gefragt wurde, für welche Zwecke Facebook von den Online-Händlern eingesetzt wird.

Web 1.0 dominiert die Nutzung

Am häufigsten nutzen deutsche Shopbetreiber Facebook um mit ihren Kunden zu kommunizieren (59,4 Prozent). Sie bieten also ihre Fanpage als zusätzliche Kontaktmöglichkeit an. Offen bleiben musste die Frage, welcher Kommunikationszweck damit verbunden wurde.

58,7 Prozent der Befragten gaben an, in Facebook vor allem Angebote aus dem eigenen Online-Shop zu promoten - Facebook als Traffic-Lieferant. Und schließlich setzen 58 Prozent der Händler bei der Neukundengewinnung auf das soziale Netzwerk. Reichweitensteigerung ist hier das Stichwort.



Die typische Social Media Aktivitäten werden bislang verhältnismäßig zurückhaltend eingesetzt. So bieten immerhin 39,2 Prozent der Shopbetreiber spezielle Angebote auf Facebook an, die der Kunde sonst nicht zu Gesicht bekommen. Auch der Einsatz von Kundenfeedback zur Produktentwicklung (Open Innovation) wird nur von 21,7 Prozent der Händler genutzt.

Marketing auf Facebook braucht neue Regeln

Sicherlich ist es gut und richtig, dass Shopbetreiber die sozialen Medien erst einmal vorsichtig angehen und versuchen, erfolgreich erprobte Marketing-Strategien auf Facebook zu übertragen. Doch dies kann nur ein Anfang sein. Social Media erfordert auch im e-Commerce angepasste Strategien.

Wir haben hier **zehn Erfolgsstrategien für Online-Händler** hier im Blog zusammengestellt:

- Geben den Besuchern einen Grund, ein Fan zu werden
- Offerieren Sie Ihren Fans exklusive Angebote
- Optimieren Sie Ihr Profil-Bild
- Antworten Sie möglichst auf jeden Kommentar
- Eine gute Strategie bei den Updates zahlt sich aus
- Lenken Sie Traffic auf Ihre Facebook Fan-Page
- Ermöglichen Sie Ihren Fans, neue Fans für Sie zu gewinnen
- Begrüßen Sie auch negatives Feedback
- Nutzen Sie bei Updates eine persönliche Ansprache
- Individualisieren Sie Ihr Fan-Page Profil

Bonus-Tipp: Wählen Sie eine gute URL!

Sobald Sie 25 Fans gesammelt haben, können Sie eine kurze URL ("Vanity-URL") bei Facebook beantragen, z.B. facebook.com/shopbetreiber. Dazu gehen Sie einfach auf facebook.com/username und folgen den Anweisungen. Aber Achtung: ein Name kann später nicht mehr geändert werden.

Sind auch Sie auf Facebook aktiv?

Das shopbetreiber-blog aktualisiert seine einzigartige Liste der deutschen Online-Shops auf Facebook. Mittlerweile haben sich schon mehr als 225 Online-Händler mit ihrer Fanpage in die Liste aufnehmen lassen. Wenn auch Sie in Facebook aktiv sind, **klicken Sie hier und helfen Sie mit unsere Facebook-Liste für Shopbetreiber zu vergrößern.**