Studie: Was Facebook-Fans wollen

Immer mehr Unternehmen versuchen über eine Facebook Fanpage in Kontakt mit ihren Kunden zu kommen. Doch nur wenige bieten hierüber den Mehrwert, den Fans wirklich wollen. Shoppercentric fragte daher 1.000 Verbraucher, warum Unternehmen aus ihrer Sicht auf Facebook aktiv seien – und was die Fans statt dessen erwarten.

Das sind die Ergebnisse der Studie.

Die Ergebnisse einer aktuellen Studie von Shoppercentric verdeutlichen diese Problematik. Die Studie legt die Diskrepanz zwischen Erwartungshaltung und tatsächlichem Angebot offen: Demnach gaben 54 Prozent aller Befragten an, dass Unternehmen Social Media nutzen würden, um ihre Produkte zu verkaufen. Gewünscht ist dies jedoch nur von 26 Prozent der Befragten.

In einem zweiten Schritt wurde gefragt, warum Kunden überhaupt Fans einer Unternehmensseite werden. Auch hier wurde deutlich, dass dies eben keine Kaufabsicht ist. Häufigster Grund für 32 Prozent der Befragten war statt dessen das Bedürfniss Teil dieser Community zu sein. 29 Prozent wünschen sich ihre Meinung zu äußern und mit anderen zu teilen. (Hier können Sie die komplette Studie nach einer kurzen Registrierung herunterladen.)

Damit wird einmal mehr deutlich, dass viele Unternehmen noch nicht die richtige Tonalität gefunden haben, um ihren Fans tatsächlich das zu bieten, was sie auf den Seiten erwarten. Umso wichtiger ist es daher zunächst eine geeignete Strategie zu entwickeln mit welchen Inhalten man seine Fans erreichen und will und in einem zweiten Schritt genau zu planen wie dies erfolgen soll. Hier gibt es zum Beispiel hilfreiche Tipps für einen Redaktionsplan auf Facebook.