

Empfehlungsmarketing

Kennzahlen, Tipps und Trends

Frank Max, Redaktion mi-Smart



Weltweit werden aktuell 599,7 Milliarden € für Werbung ausgegeben, davon 32,1 Milliarden € in Deutschland.

63% davon entfallen bereits auf digitale Werbung, die restlichen 37% auf traditionelle Ansätze.

Social-Media-Kampagnen erreichen inzwischen mehr Kunden, als Printwerbung und Radiowerbung zusammen.

* Quelle: Statista Juli 2021

Was Kunden über Onlinewerbung denken*:

35% der Social-Media-Nutzer haben kein Problem mit Werbung, wenn sie im Gegenzug kostenlose Inhalte erhalten.

21% der Internetnutzer halten Influencer für unterhaltsam und finden, dass diese inspirieren (20%) sowie wertvolle Tipps und Anregungen geben (20%).

39% der Befragten erwarten von einem Influencer umfangreiche Produktkenntnisse, 37% erwarten ein authentisches Auftreten und 26% ist eine ansprechende Produktpräsentation wichtig. .

* Quelle: Statista Juli 2021

Sonstiges

Ein unzufriedener Kunde spricht durchschnittlich mit 17 Kontakten über die betroffenen Produkte/Dienstleistungen. Ein zufriedener nur mit **einem**.

Bewertungsportale werden auch zum Frust abladen genutzt. Die negativen Bewertungen beeinflussen mehr Menschen negativ, als positive Bewertungen zum Handeln anregen.

Kunden sind inzwischen an Bewertungen gewöhnt, viele Prospekte und Internetseiten setzen auf „Kundenmeinungen“ „Bewertungen“ „Empfehlungen“.

Grundgedanken des Empfehlungsmarketings

Die eigenen zufriedene Kunden werden zu Influencern.

Gute Vorarbeit macht Empfehlungen zu einer Online-Mustermappe.

Das Eigeninteresse vieler Kunden (Selbstdarstellung / Reichweite) wird durch ansprechende Empfehlungsgestaltung genutzt.

Auch ehemalige Kunden können zu Fürsprechern werden und zur Markenbildung beitragen.

3 x 3 Gedanken für ein gelungenes Online- Empfehlungsmarketing: **3 W's klären**

Zielkunden definieren

„**Wen** wollen wir erreichen und für uns gewinnen?“

Erwartungen abfragen / definieren

„**Was** brauchen brauchen die Zielkunden von UNS?“

Unterschied zum Wettbewerb

„**Wodurch** unterscheiden wir uns wohltuend vom Wettbewerb?“

3 x 3 Gedanken für ein gelungenes Online- Empfehlungsmarketing: **3 D's klären**

Produkt / Dienstleistung auswählen

„**Diese/s** Dienstleistung/Produkt stellen wir heraus!“

Zielrichtung

„**Dazu** wollen wir Interessenten anregen/motivieren!“

Kunden ansprechen

„**Diese** bitten wir konkret um Empfehlungen/Erlaubnis, die Projektinfos zu verwenden!“

3 x 3 Gedanken für ein gelungenes Online- Empfehlungsmarketing: **3 M's beachten**

Mitarbeiter gewinnen

Mitarbeiter motivieren, trotz anfänglichen Mehraufwands mitzuziehen.

„mobil first!“ beachten

Medien so gestalten, dass sie den aktuellen Vorgaben für mobil optimierte Webseiten entsprechen (Bildausschnitte, Auflösung, Details usw.)

Mitmachen einfordern

Mitmachen einfordern, insbesondere bei zufriedenen Alt- und Bestandskunden. Neukunden ggf. mit goodies als Empfehlungsgeber gewinnen.