Das richtige soziale Netzwerk für die richtige Zielgruppe

Die Generierung von Datensätzen ist in der heutigen Zeit so einfach wie vielleicht noch nie. Viele Verbraucher sind überaus freigiebig damit, etwas über sich Preis zu geben. In manchen Fällen helfen Gewinnspiele und Aktionen, noch mehr über die verschiedenen Besucher auf Homepages und sozialen Netzwerken herauszufinden. Es ist allerdings wichtig, dass diese Daten am Ende auch zum eigenen Unternehmen passen und der Zielgruppe entsprechen. Gerade in den vergangenen zwei Jahren haben sich in den unterschiedlichen Social Networks auch ganz unterschiedliche Zielgruppen etabliert. Wer seine eigenen Tätigkeiten in diesem Bereich optimieren möchte, sollte also einen Blick darauf werfen, ob auch die richtigen Benutzer gefunden werden.

Der Auftritt in den sozialen Netzwerken - wichtig wie nie

Generell gibt es noch viele kleine und mittelständische Unternehmen, die gänzlich auf den Auftritt in den sozialen Netzwerken verzichten. Das ist gerade heute aber beinahe Pflicht. Nirgendwo lässt sich einfacher mit einer klar definierten Zielgruppe arbeiten und auf keine andere Weise werden so viele interessante Daten für das eigene Marketing im Internet gefunden. Durch die Interaktion mit den Benutzern wird nicht nur zusätzliches Wissen über jene erworben, die bereit sind, Informationen und Angebote zu erhalten, sie geben auch ein direktes Feedback auf die verschiedenen Maßnahmen für die Werbung. Darüber hinaus ist gutes Online Marketing nicht teuer - gerade am Anfang lässt sich mit einem überschaubaren Aufwand ein entsprechender Gewinn für das eigene Unternehmen erzielen.

Das Problem der sozialen Netzwerke ist aber der Wandel im Netz. Das lässt sich am Beispiel Facebook besonders deutlich zeigen. Einst war es die Plattform für eher junge Benutzer. Aufgrund des schlechten Image und einiger Probleme in der Vergangenheit sind viele jüngere Nutzer auf andere Plattformen abgewandert. Das bedeutet aber auch, dass die heute aktiven Benutzer vor allem zu einer Gruppe mit hoher Kaufkraft gehören. Diese Feinheiten müssen beachtet werden, wenn man die eigene Werbung auf die verschiedenen Aktivitäten im Internet abstimmt. Nur derjenige, der viel über die eigenen Benutzer weiß, kann die passende Werbung für sie gestalten.

Welche sozialen Netzwerke sind für welche Unternehmen wichtig?

Bei Facebook kann also eine eher ältere Gruppe von Benutzern mit ganz unterschiedlichen Interessen angetroffen werden. Anders sieht es zum Beispiel bei Pinterest oder Instagram aus. Hier sind es vor allem die Influencer, die ein junges Publikum anziehen und mit guten sowie interessanten Bildern dafür sorgen, dass Produkte und Leistungen vermarktet werden. Twitter hingegen hat eine bunt gemischte Userschaft und bietet die Möglichkeit mit der Hilfe der Kurznachrichten eigene Produkte zu vermarkten.

Alles in allem sollte man zumindest bei Facebook aktiv sein. Wer einen guten Namen für die eigene Seite braucht, kann einen [Namen Generator](https://www.shopify.de/tools/firmennamen-generator) benutzen und schon wird die Unterseite bei Facebook mit einem kreativen Titel erstellt. Im Anschluss muss das soziale Netzwerke aber natürlich mit guten Inhalten mit einer hohen Qualität gefüllt werden. Die Interaktion spielt dabei ebenso eine Rolle - es kann sich also lohnen mit den Menschen Kontakt aufzunehmen, die die eigene Seite liken. Am Ende baut man sich so eine gute Präsenz in den sozialen Medien auf, von der man nur profitieren kann.