

Nicht nur des CORONA-Virus wegen erfolgreich online am Weg zum Kunden

Q&A zu den Webinaren am 15., 21. Und 28. April 2020

- *Lenkt Multimedia mehr ab oder erzeugt es Interesse?*
 - „Dosis venenum facit – In der Dosis liegt das Gift“.
Und es hängt davon ab, was Ziel und Zweck des Multimedia-Contents ist!
Soll Multimedia zB dazu führen, dass für weitere Information weitergeklickt wird
oder soll Multimedia an sich die Information beinhalten.
- *LinkedIn oder Xing?*
 - LinkedIn ist internationaler, Xing ist eher auf den Deutsch-sprachigen DACH-Markt ausgerichtet. Auch von den Funktionen her gibt es Unterschiede, beide spielen ihre Stärken in der Bezahl-Version, nicht in der Free-Version aus.
- *bitte nochmal erklären: unterschied Kunde und Zielgruppe, ist der Kunde eine Teilmenge meiner Zielgruppe, in die auch Personen gehören, die noch-nicht-Kunden sind?*
 - Kundenkreis und Zielgruppe existieren unabhängig voneinander. Der Kundenkreis bestimmt, was ich kommuniziere, die Zielgruppe bestimmt, wie ich es kommuniziere. Im endeffekt ist also die Schnittmenge gewählter Kundenkreis mit gewählter Zielgruppe zu betrachten, vergleiche Folie 3 ff.

- *Ich benötige für meine Webseite, auf der auch Produkte verkauft werden, eine rechtskonforme Datenschutzerklärung und Impressum. Können Sie Anbieter für diese Dienstleistung empfehlen? Im Internet gibt es dafür sehr viele.*
 - Ja, gerne kann ich dafür mich empfehlen ;o)
Weitere Dienstleister finden Sie auf <https://firmen.wko.at/>
Sie können dafür (als Wiener Unternehmer*in) auch geförderte Unternehmensberatung der WKW in Anspruch nehmen:
<https://wko.at/wien/ub>
- *Ist Youtube oder Vimeo für Unternehmensvideos zu bevorzugen?*
 - YouTube hat wohl die meisten Nutzer, Vimeo bietet eine neutralere Form der Einbindung auf der eigenen Webseite. Wistia als weitere Plattform bietet sehr gute Analyse-Möglichkeiten m den Erfolg (Conversion) zu messen.
- *Wie viel Informationen sollte ich über News/Blog freigeben? zB zu allgemeinen Themen in meiner Branche*
 - „Allgemeine“ Themen aus Ihrer Branche – wenn von grundsätzlichem Interesse und Nutzen für Ihre Kunden und Zielgruppe – halten Ihr Unternehmen bei diesen in Erinnerung! Geben Sie soviel preis, dass noch das Interesse gewahrt bleibt und im Idealfall die Neugier geweckt wird, sodass die Leser*innen kommentieren, resp. Sie kontaktieren.
- *Wenn man Bilder beschriftet: gibt es eine ideale Anzahl von Wörtern?*
 - Sieben bis zehn Wörter, bis zu sechzig Zeichen.
- *Viele Personen sind Newsletters überdrüssig, wohl auch aufgrund Flut von Newsletters. Viele schrecken davon ab Newsletter zu abonnieren. Gibt es eine Alternative bzw. wie kann man up to date Newsletters anders nennen, um Kunden dafür noch besser zu gewinnen?*
 - Versprechen Sie beim Newsletter-Formular einen konkreten Nutzen, den der von Ihnen gewählte Kundenkreis und Zielgruppe aus dem Newsletter erhält.
Beweisen Sie diesen Nutzen, indem Sie unmittelbar beim Newsletter-Formular einen Link zu einem Newsletter-Archiv setzen.
- *Empfehlen Sie für mich als Beraterin eine FB-Seite oder ein FB-Profil?*
 - Ganz klar eine Facebook-Seite.

- *Gibt es eine optimale Größe für Fotos auf der Homepage?*
 - Die Datei-Größe sollte 150 bis 200 KB nicht überschreiten
Die Bildabmessungen sind optimal zwischen 800 und 200 Pixel für die jeweils längere Seite.
- *Wie lässt sich die Zielgruppe mit Lifestyle-Merkmalen beschreiben und in der Art und Weise ansprechen?*
 - Siehe Folie 4, dort sind die Beispiele LOHAS und LOVOS angeführt.
... und da gibt es noch mehr: Free-Ager oder 4ever-Youngsters, Latte macchiatos, Young-Globalists, Mult-Performer, ...
- *Empfehlen Sie mir die Seite 'ETSY' für den Schmuckverkauf oder sollte ich gleich mit einer eigenen Homepage starten?*
 - Schmuckverkauf (Handelsware) oder Schmuck-Produktion und Verkauf?
Speziell bei Zweiterem, jedenfalls eine eigene Webseite.
- *Welche Vorteile bietet das neue „Workplace“ Tool in Facebook für die Verwaltung seiner FB-Seite?*
 - Workplace ist vor Allem ein Kollaborations-Tool, ein Werkzeug zur besseren Zusammenarbeit im Team
- *Zu den Fotos: Hoch- oder Querformat was ist besser für Desktop/Mobil?*
 - Kommt stark auf das Foto-Motiv an, zB Portraits und (hohe) Gebäude kommen besser im Hochformat oder Quadratisch.
Sonst gebe ich grundsätzlich dem Querformat den Vorzug.
- *Was halten Sie von "Das bekommen Sie/das können Sie erwarten ... " und das bekommen Sie NICHT/können Sie NICHT erwarten" Aussagen auf der Website?*
 - Die Verneinung vermeiden, den Fokus auf das legen, was bekommen wird!
- *Wie finde ich denn die Gruppen, Seiten etc. auf denen meine Zielgruppe auf Social Media unterwegs ist?*
 - Ein Klassiker: Fragen Sie Angehörige der von Ihnen gewählten Zielgruppe.

- *Mit wieviel Kosten muss man am Anfang rechnen, wenn man extern vergibt (z.B. an Sie)?*
 - Diese Frage wird Ihnen jede*r seriöse Dienstleister*in wohl erst nach einem (zumeist kostenfreien) Erstgespräch beantwortet werden!
- *Welche Plattform würden Sie für Dienstleistungen im Bereich B2B empfehlen?*
 - Xing, LinkedIn, firmen.wko.at, SlideShare, aber auch Amazon Business, wlw.at, kompass.com, ...
Entscheiden Sie, welches Angebot Sie wem präsentieren wollen, wie in den einzelnen Plattformen Leads generiert werden können, welcher Funktionsumfang (Tracking, Statistik, ...) geboten wird, wie die einzelnen Plattformen regional ausgerichtet sind, ...
- *Arbeiten Sie selbst eigentlich mit Greenscreen bei der Webinarproduktion?*
 - Ja, dafür gibt es viele unterschiedliche Tools.
Ich verwende bei outOfTime-Webinaren gerne die (besseren) GreenScreen-Funktionen meines Videoschnitt-Programmes (Final Cut auf macOS) und bei inTime-Webinaren die Software ManyCam (manycam.com), jeweils mit grünem Hintergrundtuch.

Für Fragen stehe ich gerne weiter zur Verfügung, bitte um Anruf oder eMail!

mit freundlichen Grüßen

Ing. Karin Gerbrich