



Experten-Slot Bewegtbild-Kommunikation

PUPPETEERS - BE CHARACTER

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [PUPPETEERS - BE CHARACTER](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung der Autorin [Kerstin Treichel](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Puppeteers GmbH **Expertenbeitrag: Kundenpflege mal anders**

Aufmerksamkeit durch animierte Grüße

Mittwoch, 28.11.2018

Eine der Hauptaufgaben in Marketing und Vertrieb ist es, den Kontakt mit dem Kunden zu halten. Seine Treffen NUR den Sein. Zu diesem Zweck sind zahlreiche Medien erfinden worden wie zum Beispiel Newsletter, Produktbox, Sonderaktionen, persönliche Gutscheine-Code ...

Merkmale geht es dabei immer nur um den Verkauf und das in der Regel ausschließlich mit dem Programm. Natürlich funktioniert das zu einem gewissen Grad, denn aus der Neugierde wissen wir, dass der Mensch empfänglich für Rabatte (bzw. Vorteile) ist. Es stellt sich aber die Frage, ob dieses Vorgehen ausreicht auf das Marketing einzusetzen?

Eine Möglichkeit, sich regelmäßig positiv in Erinnerung zu bringen, bieten offizielle Gelegenheiten, zu denen man sich immer schon gegenseitig begrüßt hat, oder auch rewardings grüßt. Die persönliche Grüße zu Weihnachten hat eine lange Tradition, während Grüße zu Ostern, oder gar zu Halloween eher ungewöhnlich sind und zumindest selten auf dem Postweg verschickt werden.

Vier einigen Wochen haben wir auch auf Möbelmarkt TV den Holbein-Grüß unserer Firma veröffentlicht. Einen kalorien Grüß versenden wir seit 2013 - über YouTube und soziale Medien, oder auch per E-Mail direkt an unsere Geschäftskontakte. Die Reaktion ist jedesmal äußerst positiv. Wir erregen Aufmerksamkeit und Reichweite. Unserem Holbein-Grüß finden Sie [hier](#)

Größe Handels-Unternehmen haben diese Chance, sich weltweit zu präsentieren und ein Kundenportfolio der anderen Art zu schaffen bereits für sich entdeckt. Cine, Cinema Kinauf, Edeka, Rewe, Penny, Netto und viele mehr setzen auf filmische Selbstopfer und erreichen damit eine exponentielle Adressierbarkeit.

Aber man muss kein Großunternehmen, oder Konzern sein, um sich einer ansprechenden Größe stellen zu können. Es geht darum, seinen Kunden einen emotionalen Mehrwert zu schaffen. Filme werden gern angesehen, betriebsgemäß und auf sozialen Kanälen geteilt. Um eine Geschichte lebensecht zu erzählen, braucht es keine großen Hollywood-Ökonomie-Budgets.

Hier eines meiner Lieblings-Beispiele eines unserer Kunden: Die Firma [Zac](#).

Auch ganz individuelle Anlässe können ein guter Grund für einen solchen Film sein, denn Online-Videos sind so vielseitig wie Text. Die Besucherzahlen von Webseiten steigen sich um 22% durch eingetragene Videos. Informationen und Werbung im Video werden 6x häufiger geteilt als reiner Text. Die Relevanz bei Google (und anderen Suchmaschinen) erhöht sich, genau so wie die organische Reichweite. Und wenn das Video dann auch noch erfährt, begeistert und inspiriert, dann ist das nur um so besser. Egal welcher Anlass, mit einem Größchen erreicht man die Menschen.

Hier noch ein [Beispiel](#) von Thomas Ullrich.

Wir werden auch dieses Jahr wieder ein Webbranchenbuch verschicken und hier auf [Maßnahmen.TV](#) veröffentlichten. Freuen Sie sich darauf.

Kundenpflege mal anders

Links

- [Puppeteers GmbH](#)
- [PUPPETEERS Youtube](#)

