

MARKETING PER MAUSKLIICK

Kein Konzept für Online-Marketing zu haben kann sich ein mittelständischer Augenoptiker heute fast nicht mehr leisten. Aber gute Konzepte kosten Geld, manchmal sogar sehr viel. Eine kleine, feine Branchenagentur schafft den Spagat zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Mit einem einfachen Ticketsystem.

Eigentlich müsste sich jeder Augenoptiker täglich mit der Frage „Wie sichtbar ist mein Unternehmen im Netz?“ befassen. Nicht nur, weil die Discount- und Online-Konkurrenz dort ebenfalls stark vertreten ist, sondern vor allem, weil Konsumenten heute bei geschätzt 80 Prozent aller Kaufentscheidungen vorab online recherchieren. Da ist es ein ziemlicher Wettbewerbsnachteil, wenn man nicht einmal lokal online gefunden wird. Umso mehr, weil die interessantesten Zielgruppen – nämlich die Jung-Presbyopen und Gleitsichtbrillen-Träger – sehr intensive Nutzer von Social-Media sind.

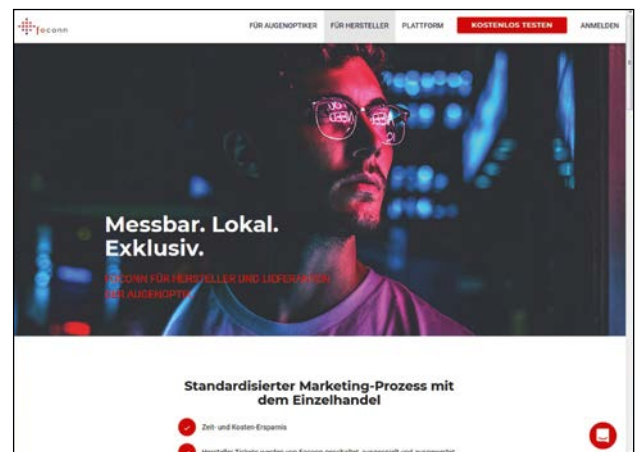
Es liegt also mehr als nahe, die potenzielle Kundschaft online dort abzuholen, wo sie sich aus Gründen der Information und Produktrecherche sowieso schon aufhält. Trotzdem haben die meisten Augenoptik-Unternehmer immer noch Vorbehalte, sich im Netz durch Online-Werbung, eine tolle Website und eigene Social-Media-Aktivitäten sichtbar zu machen. Die dafür genannten Begründungen sind immer wieder dieselben:

- Weil es zu kompliziert ist.
- Weil es zu aufwendig ist.
- Weil es zu teuer ist.
- Weil es zu viel Zeit beansprucht.

Natürlich macht sich eine gute Online-Präsenz nicht von allein, und umsonst gibt es sie auch nicht. Aber würde man als Augenoptiker auf Schaufenster, eine Ladeneinrichtung oder einen Telefonanschluss verzichten, weil diese Dinge Geld kosten? Natürlich nicht; deshalb sollten solche „Argumente“ einem Unternehmer nicht mehr als Ausrede dienen, diesen wichtigen Teil des Marketings zu vernachlässigen.

Schauen wir uns einmal stellvertretend für das gesamte Online-Marketing an, wie dieses mit dem wichtigsten Online-Medium - nämlich Facebook-Marketing - in der Praxis funktioniert. Man kann als gegeben voraussetzen, dass man Spezialisten an Bord holen sollte, wenn man in diesem Bereich selbst keine tiefen Fachkenntnisse hat. Man braucht also eine Online-Marketingagentur.

Am Anfang der Zusammenarbeit mit einer solchen Agentur steht in der Regel ein intensives Briefing zur Entwicklung eines Konzepts. Da wird es bereits teuer, denn eine solche Agentur kennt sich mit Augenoptik meist (noch) nicht aus. Also braucht man allein dafür oft mehrere Wochen und viele persönliche Abstimmungen. Das kostet neben der



Zeit erfahrungsgemäß leicht bis zu 4.000 EUR – nur für das Briefing der Agentur und ohne dass bereits konkrete Werbemaßnahmen entwickelt worden wären.

Danach folgen die Einrichtung der Facebook-Seite, des Business-Managers, eine Strategie- und Kampagnenentwicklung und das Füllen der Facebookseite mit ersten Inhalten wie Postings, Bilder, Videos etc.



prisma



Das dauert mindestens weitere zwei bis drei Wochen und kostet noch einmal bis zu 2.000€.

Jetzt hat man zwar eine Facebookseite und einige Kampagnen. Aber ab da muss sich dort auch regelmäßig etwas tun – selbstverständlich ebenfalls gegen Bezahlung. Und was ist mit all den anderen Marketing-Themen? Spätestens jetzt stellt man fest: Man hat zwar eine Menge Geld ausgegeben, aber keine wirklich gute Lösung.



Martin Reich

Genau an diesem Punkt setzt ein neuer Anbieter für modernes Online-Marketing an: Die Foconn GmbH aus Weinsberg bei Heilbronn hat für die Augenoptik eine Plattform entwickelt, die solche Bausteine viel einfacher, schneller und wesentlich günstiger anbietet. Vor allem, weil man dort niemandem erklären muss, wie Augenoptik funktioniert: Geschäftsführer Martin Reich hat über drei Jahrzehnte Branchenerfahrung bei namhaften Herstellern, wo er für Vertrieb, Kundenservice und die Entwicklung von Marketingstrategien verantwortlich war. Deshalb braucht es

hier keine langen Briefings und Erklärungen. Das Einrichten einer eigenen Facebook-Seite kostet beispielsweise nur 490 EUR. Ganz generell kann der Augenoptiker unter zahlreichen verschiedenen Kampagnen wählen; die Umsetzung dauert nur eine bis zwei Wochen.

Aus Transparenz- und Kostengründen hat Foconn dafür ein modernes Ticketsystem entwickelt, das fast jeden Bereich des Augenoptik-Marketings abdeckt: Umschauen, aussuchen und per Knopfdruck buchen, so einfach wie eine Fahrkarte an einem Automaten. Jedes Ticket steht für eine spezielle Marketingmaßnahme. Das kann besagte Facebookseite sein, aber auch ein Flyer oder ein Zeitungsbeileger, eine SEA/SEO-Kampagne, eine Marketing-Strategieberatung oder die Produktion eines Unternehmensvideos.

Egal, ob der Augenoptik-Unternehmer blutiger Anfänger, regelmäßiger Nutzer oder Internet-Profi ist - für jeden sind geeignete Maßnahmen über entsprechende Tickets dabei. Und alle sind über die immer gleiche, einfache Art zu buchen. Derzeit arbeitet Foconn überdies daran, auch Hersteller für die Plattform zu gewinnen mit dem Ziel, dass der Augenoptiker jede Werbe- oder Marketingmaßnahme über eine einzige Plattform beziehen kann: Einfach, schnell, flexibel und günstig.

Kein Augenoptik-Unternehmer ist daran gehindert, das Thema „Online-Marketing“ und „Sichtbarkeit meines Unternehmens“ auch künftig links liegen zu lassen. Aber es kann keiner mehr sagen, es hätte an den Kosten gelegen. ■

www.foconn.de

prisma  desktop
prisma  app
prisma  direct
prisma  cloudbackup
prisma  dataconnect
prisma  augenoptik

*Immer
einen Anschluss
unter dieser
Nummer.*



+49 (0) 6202 5756810
www.prisma-computer.de

prisma  computer gmbh
IT-Lösungen für Augenoptiker

Sternallee 89
68723 Schwetzingen / Germany