

TAGBLATT

24. September 2016, 02:50 Uhr

«Jeder Klick muss verdient werden»



Jörg Hilber Referent (Bild: Bild: Ruben Schönenberger)

Neue Medien können dabei helfen, Kunden zu gewinnen. Ein einfaches Patentrezept sind aber auch diese nicht.

RUBEN SCHÖNENBERGER

«Die neuen Medien bieten eine Fülle neuer Möglichkeiten. Wie man diese nutzen kann, beschäftigt uns tagtäglich.» Mit diesen einleitenden Worten steckte Gertrud Schmucki, Direktorin der Clientis Bank Toggenburg, den Rahmen für den ersten KMU-Anlass ihrer Bank ab. Dieser stand unter dem Motto «Neue Medien = Neue Kunden?». Um die Frage zu beantworten, wurde Jörg Hilber als Referent eingeladen.

Dieser betonte immer wieder, dass sich die Welt verändert habe. Nach Informationen gesucht würde heute gerade von den jüngeren Generationen nur noch im Internet. In der Welt, die Hilber zeichnete, geht es nicht mehr darum, seine Kunden selbst zu finden. Vielmehr seien gerade jene Unternehmen erfolgreich, die eigentlich gar nichts aktiv verkaufen zu wollen scheinen. Damit das – Hilber nennt es «Entkaufen» – aber funktioniere, müsse man im richtigen Moment gefunden werden. Und zwar dann, wenn ein potenzieller Kunde sich tatsächlich mit dem beschäftigt, wofür man selbst eine Lösung anbieten kann. Neudeutsch heisst das dann, man müsse seine Findability verbessern. Hilber stellte Möglichkeiten vor, wie man das tun kann.

Dabei kam er immer wieder auf ein zentrales Element zu sprechen: Präsenz. Egal, ob es um die eigene Webseite, um Auftritte in den sozialen Medien, um den Twitter-Account oder um andere Online-

Dienste geht, sie alle verhelfen in erster Linie zu mehr Präsenz. So erhöht man seine Chance, als Experte wahrgenommen und im richtigen Moment auch kontaktiert zu werden. Ein weiterer Vorteil, so der Referent: «Früher kannten wir unser Netzwerk gar nicht. Heute können wir es uns anzeigen lassen.» So gelange man viel einfacher zu den entscheidenden Personen, weil man sehe, wer einen Kontakt herstellen könnte.

Hilber warnte davor, einfach loszulegen. Die neuen Medien seien kein Patentrezept. «Wer nichts zu sagen hat, hat auch online nichts zu sagen.» Vor den ersten Gehversuchen in der neuen Online-Welt sei es ratsam, Ziele zu setzen und eine Strategie zu definieren. Wichtig sei dabei, nicht belanglos zu sein: «Wenn Sie Schlagwörter verwenden, die man für andere Firmen ebenso gut verwenden könnte, bringt das nichts.» Sowieso zähle im Internet nur der Inhalt. Nützliche, nicht auf den ersten Blick als Werbung erkennbare Informationen hätten bessere Chancen, neue Kunden zu generieren, als eine klassische Werbebotschaft. Nicht zuletzt sei aber alles auch immer mit Arbeit verbunden: «Jeder Klick muss verdient werden», sagte der Referent dazu.

Diesen Artikel finden Sie auf St.Galler Tagblatt Online unter:

<http://www.tagblatt.ch/ostschweiz/stgallen/toggenburg/tt-au/Jeder-Klick-muss-verdient-werden;art233,4764923>

COPYRIGHT © ST.GALLER TAGBLATT AG

ALLE RECHTE VORBEHALTEN. EINE WEITERVERARBEITUNG,
WIEDERVERÖFFENTLICHUNG ODER DAUERHAFTES SPEICHERUNG ZU
GEWERBLICHEN ODER ANDEREN ZWECKEN OHNE VORHERIGE
AUSDRÜCKLICHE ERLAUBNIS VON ST.GALLER TAGBLATT ONLINE IST
NICHT GESTATTET.