



UNSER EXPERTE

Eyüp Aramaz ist Experte für Social Media und Personalmarketing. Mit seiner Agentur Aramaz Digital bietet er unter anderem Unterstützung beim Social Media Recruiting. Kontakt: Tel. 0521 99989740, www.aramaz-digital.de

Social-Media-Experte **Eyüp Aramaz** kennt sich mit Umsatzsteigerungen aus. Gemeinsam mit dem Unternehmensberater **Elmar Vogt** hat er für den **Bäcker Müller** aus dem hessischen Burgwald (über 40 Filialen) ein Konzept entwickelt. „Die Aufgabe war es, einen Standort nach vorne zu bringen, den wir von einem anderen Bäcker übernommen hatten“, erläutert **Florian Buchholz**, Verkaufsleiter der Bäckerei Müller.

Die Social Media sind als Kanal für Imagewerbung bekannt – doch kann man darüber auch Umsatz und Kundenfrequenz steigern? „Mit einer gut konzipierten Werbekampagne ja“, verspricht Eyüp Aramaz.

Denn hier im hessischen Linden fehlte es Bäcker Müller noch an Bekanntheit: Während die Gäste in den benachbarten Filialen von McDonald's und Burger King ein- und ausgingen, ließ die Frequenz in der neuen Müller-Filiale noch zu wünschen übrig.

Da sich Facebook-Anzeigen sehr genau lokal eingrenzen lassen, ging Eyüp Aramaz daran, die Kunden der Schnell-

restaurants rüber zum Bäcker zu locken. „Wer dort auf sein Handy schaute, bekam Coupons des Bäckers zu sehen“, erläutert der Digitalexperte. Motto: „Jetzt Zwergengpreise sichern!“ Aktionszeitraum waren knapp bemessene zwei Wochen im September 2020. Dabei reizten Angebote wie vier ofenfrische Brötchen, ein Krustenbrot oder ein Panini-Familienmenü, jeweils zum „Zwergengpreis“.

„Es ging darum, Kunden einmal in den Laden zu holen, damit sie unsere Produkte kennenlernen“, erklärt Verkaufsleiter Buchholz. Das habe funktioniert: „Von dem Panini-Menü haben wir erheblich mehr verkauft und insgesamt war eine höhere Frequenz im Laden zu spüren.“ Diese sei danach wieder etwas gesunken. Florian Buchholz hat deshalb eine weitere Social-Media-Kampagne für den Standort geplant – die dann mindestens vier Wochen lang dauern soll.



Für so eine schöne Filiale (einen schicken Sitzbereich gibt es auch) lohnen sich Werbemaßnahmen.

5 Tipps für Facebook-Anzeigen

Eyüp Aramaz ist Profi im Bereich Social Media Marketing. Er verrät, wie professionelle Facebook-Werbung funktioniert:

1. Arbeiten Sie grundsätzlich mit dem Business Manager unter business.facebook.com. Mit diesem kostenfreien Tool werden Seiten und Werbekonten verwaltet und Zugriffsrechte für Mitarbeiter oder Agenturen definiert. Allerdings ist diese Schaltzentrale für Facebook-Marketing-Aktivitäten nicht ganz einfach zu bedienen.

2. Ich empfehle einen Monat als Kampagnen-Zeitraum und einen Etat von mindestens 500 Euro, mit dem Sie eine ordentliche regionale Reichweite erzielen können.

3. Geben Sie als erstes Ihr Kampagnenziel ein. Facebook gliedert sie in die drei Gruppen Bekanntheit, Erwägung (sich mit dem Unternehmen zu beschäftigen und sich näher zu informieren) und Conversion (dazu anregen, Produkte zu kaufen). Darunter sind konkretere Ziele wie Markenbekanntheit, App-Installationen oder Store Traffic zu finden.

4. Wählen Sie beim sogenannten Targeting die Empfänger Ihrer Social-Media-Werbung aus. Hier können Sie Alter, Geschlecht, Bildung, Familienstand, Interessen und Ort auswählen. Diesen können Sie durch das Setzen einer Nadel (ähnlich wie bei Google Maps) sehr genau definieren.

5. Geben Sie nun noch an, wo Ihre Anzeigen erscheinen sollen: auf Facebook oder Instagram, im Messenger oder über das Partner-Netzwerk von Facebook, das von der Ebay-Kleinanzeigen-App bis zu diversen Spiele-Apps reicht.