

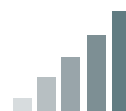
Gemeinsam verhelfen wir kleinen Unternehmen zu mehr Wachstum in Deutschland

Wir möchten, dass Unternehmen und Kunden schnell zueinander finden. Dafür bieten wir die geeigneten Tools an und fördern somit das Wachstum.



40 %

der kleinen und mittleren Unternehmen geben an, dass Facebook-Apps und -Technologien Neugeschäft treiben



31 %

der Unternehmen geben an, dass sie durch die Nutzung von Facebook ihren Umsatz steigern konnten
(Nettoverkaufszahlen im In- oder Ausland)



47 %

der kleinen und mittleren Unternehmen sind davon überzeugt, dass ihre Geschäfte dank Facebook-Apps und -Technologien besser laufen als vorher



23 %

der Unternehmen geben an, dass sie durch die Instagram-Nutzung wettbewerbsfähiger geworden sind



42 %

der Unternehmen erklären, dass sie durch die Nutzung des Facebook Messenger die Kundenzufriedenheit steigern konnten

Anteil der Unternehmen, die angeben, dass diese Dienste wichtig für ihr Geschäft sind



41 %

der Unternehmen bestätigen, dass sie dank WhatsApp einen besseren Zugang zu Neukunden haben

Inhaber und Mitarbeiter von kleinen und mittleren Unternehmen wurden im Rahmen einer Ipsos-Umfrage befragt. Die Studie fand vom 23. September bis zum 2. Oktober 2019 mit 1.000 Teilnehmern in Deutschland statt. Die Teilnahmevoraussetzung war, dass die Befragten für ein gewinnorientiertes Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern arbeiten oder ein solches Unternehmen führen. Die Teilnehmer wurden zu den Apps befragt, die sie nach eigenen Angaben nutzen. Für die Stichproben und zur Verwaltung der Umfrage wurden einige Opt-in-Online-Panels genutzt. Nach der Datenerhebung folgte ein mehrstufiger Prozess zur Gewichtung, um Verzerrungen aufgrund von differentiellen Nichtbeantwortungen oder von Untererfassung auszugleichen.



Die Erfolgsstory eines kleinen Unternehmens

 Hamburg, Deutschland

Brooklyn Soap Company

Innerhalb von 6 Jahren hat dieser Hersteller von Männerpflegeprodukten Kunden in 36 Ländern gewonnen. Das Unternehmen setzte auf digitale Tools zum Aufbau einer internationalen Community von Männern, die diese Produkte zu schätzen wissen. Nach eigenen Angaben erzielte man 40 % des Umsatzes dank Facebook, davon 15 % im Ausland.

Felix, Viktor und Jonas, die drei Gründer, waren beim Besuch eines Marktes im New Yorker Stadtteil Brooklyn derart fasziniert von den dort erhältlichen Naturseifen, dass sie zu Hause in Deutschland ihre eigene kleine Seifenfabrik aufbauten. Benannt nach dem Ort, an dem alles begann, produziert Brooklyn Soap Company nachhaltige Hautpflegeprodukte für Männer.

2013 wurde der Online-Shop eröffnet. Freunde und Verwandte zählten zu den ersten Kunden. Als die Gründer anfangen, mit Facebook-Tools zu experimentieren, um weitere potenzielle Kunden zu erreichen, erlebten sie einen Durchbruch und konnten erste Verkäufe außerhalb Deutschlands abschließen. Seitdem setzen sie konsequent auf Facebook und Instagram, um das internationale Wachstum voranzutreiben und um dafür zu sorgen, dass die Naturprodukte des Unternehmens überall auf der Welt ihre Abnehmer finden – übrigens auch in Brooklyn!

“Facebook bietet uns die Möglichkeit, quasi auf Knopfdruck eine Community von Männern zu erreichen, die sich für unsere Produkte interessiert.”

- Viktor, Mitbegründer, Brooklyn Soap Company

Die Brooklyn Soap Company nutzt Facebook und Instagram zur täglichen Kommunikation mit der eigenen Community und führt Werbekampagnen durch, deren Content einfach auf verschiedene Länder zugeschnitten werden kann. Die eigene „Messenger Bot Plattform“ ist nur ein Beispiel für die effektive Nutzung von Tools zur weltweiten Kundenpflege auf direkte, intuitive und zeitgemäße Weise.