



Fincallorca

2006 wurde Fincallorca von den Unternehmern Ralf zur Linde und Julian Grupp gegründet. Das Unternehmen, mit Standorten in Bielefeld und Berlin, ist mittlerweile der führende Reiseanbieter für Urlauber, die ihre freie Zeit gerne in exklusiven Ferienhäusern auf den Baleareninseln verbringen.

Der Mietmarkt für mallorquinische Fincas wächst schnell. Eine starke Onlinepräsenz für ein Unternehmen, das auf diesem hart umkämpften Markt Erfolg haben will, ist unerlässlich. Fincallorca hatte sich die Steigerung der Markenbekanntheit, Erhöhung der Webseitenbesuche und mehr Buchungen von neuen sowie existierenden Kunden als Ziel gesetzt.

Vom ersten Tag an war Onlinemarketing ein wichtiger Werbekanal für das Unternehmen – seit 2012 zählt dazu auch die Facebook-Seite. Das Team von Fincallorca war davon überzeugt, dass Facebook der perfekte Kanal ist, um bestehende und potenzielle neue Kunden zu erreichen. Sie wussten, dass sie mit den richtigen Inhalten ihre Zielgruppe langfristig auf sich aufmerksam machen können. Das Unternehmen postet daher regelmäßig interessante Beiträge zu urlaubsbezogenen Inhalten, um positive Emotionen zu vermitteln und Lust auf Urlaub auf einer Finca zu erzeugen.

21%

des Gesamtumsatz
kommen von Facebook

+3

neue Mitarbeitende
durch Facebook

78%

der neuen Webseitenbesucher
kamen über Facebook

“Wenn wir die gesamte Entwicklung des Unternehmens betrachten, wird klar, dass Facebook perfekt geeignet ist, um uns beim Erreichen potenzieller neuer Kunden zu unterstützen. Facebook ist zu einer wichtigen Quelle für Conversions für uns geworden.”

Julian Grupp, Online Marketing and Social Media, Fincallorca

facebook.com/fincallorca



Steinhoff Haardesign

Das Familienunternehmen Steinhoff Haardesign ist ein Friseur- und Beautysalon in Reutlingen, Baden-Württemberg. Der Salon, der sich in einem modernen und einzigartigen Loft befindet, werden Dienstleistungen rund um Haare und Kosmetik angeboten. Steinhoff setzt auf die Verbindung von Expertise mit modernem Design und familiärer Atmosphäre.

Das Ziel der Steinhoff-Familie ist es, mit Facebook-Kampagnen mehr Neukunden auf den Salon aufmerksam zu machen und dadurch den Umsatz zu steigern. Darüber hinaus soll das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber etabliert werden.

Steinhoff Haardesign nutzt Facebook-Werbung erfolgreich, um bestehenden und neuen Kunden Einblicke in den Salon zu geben und sich als sympathischer Dienstleister zu positionieren. Mit Hilfe von Werbeanzeigen auf Facebook und einem authentischem Dialog wird so ein positives Image aufgebaut. Facebook ist ein virtueller Türöffner. Hier sehen die Kunden die freundlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihre qualitativ hochwertigen Arbeiten. Neben Neukunden werden auch immer wieder potentielle Kolleginnen und Kollegen über Facebook auf den Salon aufmerksam. Obwohl kaum Produkte oder spezielle Angebote beworben werden, sind die Umsätze gestiegen, denn neue Kunden kommen regelmäßig über Facebook in den Salon.

2X

mehr Umsatz
im Geschäft

+8

neue Mitarbeitende
eingestellt

5

Neukunden pro
Monat

“Von Anfang an haben wir den Facebook-Auftritt als wichtigen Teil unserer Unternehmensstrategie verstanden. Unser Ziel war und ist es, den Menschen über Facebook einen Einblick hinter die Kulissen zu gewähren. Mit Liebe, Konstanz, einer klaren Zielsetzung und einer guten Website im Rücken können auch Geschäfte mit einer lokal begrenzten Zielgruppe und kleinerem Budget durch Facebook profitieren.”

Ralf Steinhoff, Dipl. Kaufmann, Geschäftsführer Steinhoff Haardesign

facebook.com/Friseur.Reutlingen



Holzconnection

Seit über 30 Jahren sind Holzconnection Experten für Möbel und individuelle Maßanfertigungen. Das inhabergeführte Unternehmen vereint Individualität, Handwerkskunst und maßgeschneiderte Möbelideen. Holzconnection hat es geschafft, das traditionelle Handwerk des Tischlers in 21. Jahrhundert zu führen – mit Onlineshop und allem was dazugehört.

Holzconnection hat Facebook genutzt, um sich als einzigartiger Holzexperte für maßgeschneiderte Möbel zu positionieren. Mit Hilfe der zielgenauen Ausspielung von Facebook-Anzeigen basierend auf Alter, Geographie und Interessen sowie durch die Ansprache bestehender Kunden und Webseitenbesucher mit Hilfe von Custom Audiences, konnten nicht nur der Umsatz im Onlineshop, sondern auch die Verkäufe in den Geschäften gesteigert werden.

Neben Videos, die einen Einblick in das individuelle Holzhandwerk ermöglichen, spielte insbesondere die attraktive Präsentation von Produkten in den Karussell-Anzeigen eine wichtige Rolle für den Erfolg. Darüber hinaus nutzte das Unternehmen Anzeigen zur Gewinnung neuer Newsletter-Abonnenten. Damit konnten nicht nur einzelne Produkte oder Rabatt-Aktionen beworben werden, sondern auch der hauseigene Katalog gezielt verschickt werden.

15%

Umsatzsteigerung

30%

mehr Besucher in
den Geschäften

2X

mehr Newsletter-
Abonnenten im Vergleich zu
Suchmaschinenwerbung

“Die Facebook Karussell-Anzeigen sind für uns sehr wichtig, denn sie eignen sich ideal für die Präsentation unserer Produkte. Die Qualität und das Handwerk kommen sehr gut zur Geltung. Das kommt bei unseren Kunden sehr gut an. Besonders positiv hat uns überrascht, dass durch die Anzeigen auf Facebook mehr Besucher in unsere Geschäfte gekommen sind. Durch die Werbung auf Facebook haben sie einen Kaufwunsch entwickelt.”

Alf Nagel, Kaufmann und Geschäftsführer

facebook.com/holzconnection



BLOOMY DAYS

BLOOMY DAYS wurde 2012 von Franziska von Hardenberg als weltweit erster Onlineshop für Blumen-Abonnements gegründet. Die gebürtige Hamburgerin hat damit ihre Passion in ein Unternehmen umgewandelt und versorgt ihre Kunden je nach Wunsch einwöchig, zweiwöchig oder vierwöchig mit frischen saisonalen Schnittblumen – stilsicher zu jeder Jahreszeit.

BLOOMY DAYS will mit Facebook potenzielle Neukunden und inaktive Bestandskunden erreichen. Mit gezielten Anzeigen und Aktionen, beispielsweise zum Muttertag, soll das Interesse für den Onlineshop und die regelmäßige Blumenlieferung geweckt werden. Ziel ist es, sowohl neue Abonnements zu verkaufen, als auch Kunden mit einem pausierten oder gekündigten Blumenabo zu reaktivieren.

Mit Hilfe von Facebook wird die Kundenkommunikation deutlich effizienter. Unter anderem nutzt BLOOMY DAYS die Möglichkeit der Ansprache von bestehenden Kunden über Facebooks Custom Audiences. Damit werden Menschen erreicht, die bereits einmalig Blumen bestellt, aber kein Abo abgeschlossen haben. Diese gezielte Ansprache steigert die Conversion Rate. Zusätzlich werden besonders wichtige Daten wie der Valentinstag oder der Unternehmensgeburtstag genutzt, um themenbasierte Kampagnen über Facebook auszusteuern. Durch die Funktion Lookalike Audiences, mit der Menschen erreicht werden, die eine statistische Ähnlichkeit zu Bestandskunden oder Webseiten-Besuchern aufweisen, lassen sich außerdem kosteneffizient die täglichen Besucherzahlen der Webseite steigern und Neukunden gewinnen. Aufgrund des großen Erfolges mit Facebook-Marketing konnte ein neuer Mitarbeiter eingestellt werden.

20%

mehr Abo-Reaktivierungen

65%

geringere Cost per Order im
Vergleich zu Suchmaschinen-werbung

+1

neuer Mitarbeiter

“Facebooks Custom Audiences gibt uns die Möglichkeit, gezielt Kunden mit einem inaktivem Blumenabo anzusprechen, die wir über andere Kanäle wie beispielsweise E-Mail Reaktivierungskampagnen nicht mehr erreichen. Durch diese Kampagnen haben wir unsere Reaktivierungsrate signifikant erhöht.”

Kristina Wolters, CRM/Online Marketing Manager, BLOOMY DAYS

facebook.com/BloomyDays

FACEBOOK

PRO

**Dein Unternehmen.
Deine Zukunft.**

mit
facebook