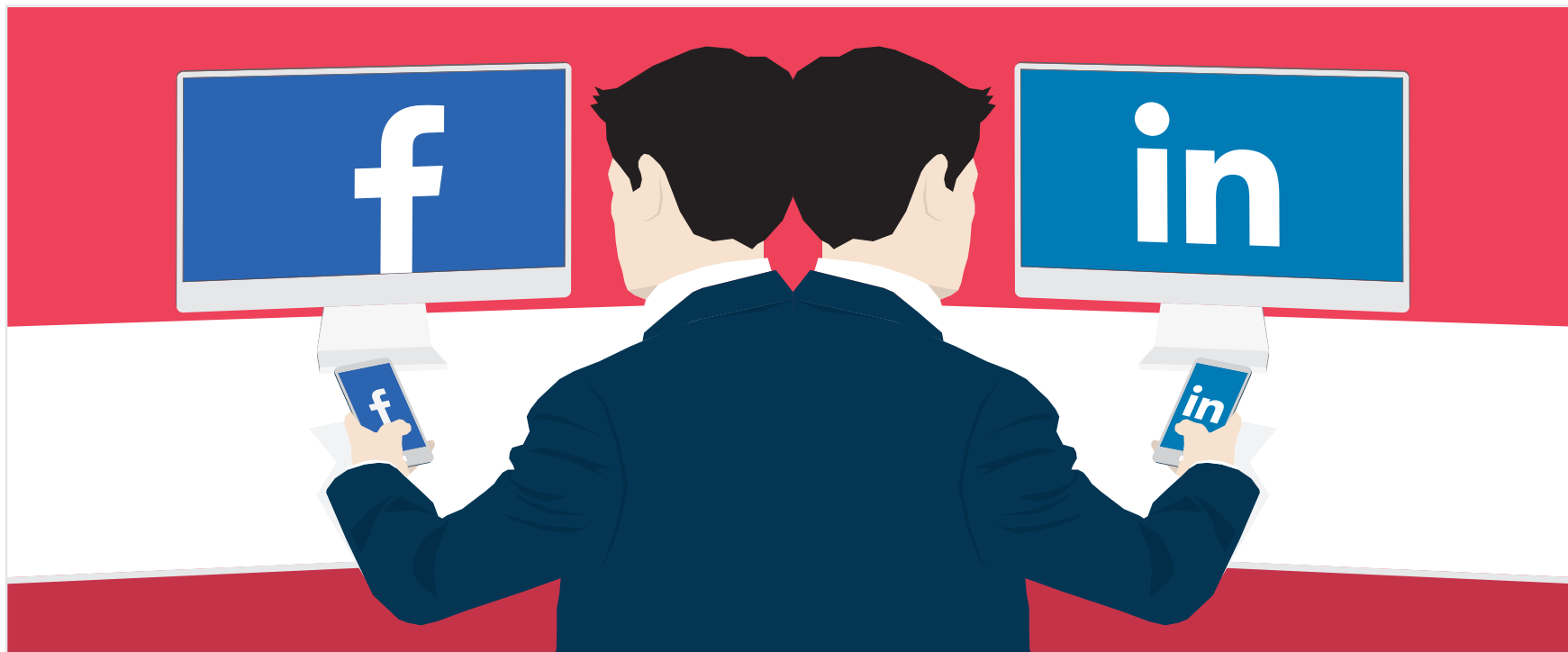


Digital markedsføring: Markedsfør med Facebook og LinkedIn



RESUMÉ

For SMV'er er digitale kanaler et godt sted at starte sin markedsføring. Facebook viser sig i praksis at være bedst, hvis du er på B2C markedet, mens LinkedIn er mere effektivt, hvis du sælger til B2B markedet. Men begge medier er gratis (eller i hvert fald billige) at markedsføre sig på, og uanset hvilken type virksomhed, du har, er der bestemt fordele at hente ved at benytte begge to.

For små og mellemstore virksomheder fører økonomiske begrænsninger ofte til, at digital markedsføring bliver et nedprioriteret område af driften.

På den ene side er dette meget forståeligt, eftersom det ofte er svært at måle effekten af digital markedsføring på sine pengestrømme, og når arbejdskapitalen er begrænset, prioriterer man naturligvis de områder, der giver sikre og målbare resultater. Dog er det at markedsføre sig essentielt for at nå ud til nye kunder, så hvis man skal opnå vækst og sikre fremtidige indtægter, er det ikke et område, du kan ignorere.

Se i øvrigt videoen fra START-OBS serien om markedsføring hvor nogle af de dygtigste danske iværksættere deler ud af deres erfaringer: <https://youtu.be/v1Z8EqcRUg8>

Så hvordan kan man få råd til at bruge penge på digital markedsføring, når ens virksomhed har begrænset kapital? En løsning er at optage et erhvervslån og dermed sprede markedsføringsomkostningerne ud over en længere periode, men dette kræver, at pengestrømmene de næste 3-12 måneder er positive nok til at kunne afbetale lånet.

Hvis ovenstående ikke er tilfældet for dig, findes der heldigvis online platforme som Facebook og LinkedIn, som kan hjælpe dig med at nå flere kunder helt gratis! Selvom effekten af markedsføring på Facebook og LinkedIn ikke vil kunne sammenlignes med omfattende markedsføringskampagner, er

det en nem og gratis (eller billig) måde at vise din virksomhed til helt nye kundebaser og teste forskellige ting af.

Markedsføring på Facebook – Spread the word!

De fleste danskere bruger sociale medier hver eneste dag, og for mange bliver det en vigtigere og vigtigere underholdningskilde, eller informationskilde om man vil (sidst nævnte er nok diskutabelt set i et bredere billede, men det er ikke noget, denne artikel vil gå i dybden med). Lad os antage, at du ejer en lille tøjbutik i udkanten af Aarhus - og selv om dine faste kunder altid virker meget tilfredse, når de går fra din butik, oplever du, at strømmen af nye kunder er meget begrænset. Det afføder et klassisk paradoks; du har ikke indtægterne til at betale for digital markedsføring, men du har behov for markedsføring for at øge indtægterne.

Løsningen på dette paradoks kan være at tage sociale medier i brug. Ved at oprette en virksomhedsside på f.eks. Facebook vil dine eksisterende kunder få muligheden for at anmelde din virksomhed. Dette betyder, at potentielle kunder vil se, hvor god oplevelsen er ved at handle i din butik, hvilket forhåbentlig vil føre til flere kunder. Samfunds forskning viser, at forbrugere nu i større grad tager købsbeslutninger på baggrund af peer-to-peer information end ud fra information, der kommer direkte fra virksomheden selv¹. For dig som butiksejer betyder det, at du helt gratis - og med minimalt arbejde - kan sprede ordet om din gode butik med legitimitet.

En virksomhedsside på Facebook vil også hjælpe dit firma med at komme højere op på Google-søgninger samtidig med, at det gør det nemmere for dine kunder at finde din kontaktinformation. Potentielle kunder skal derved bruge mindre tid på at finde frem til din virksomhed og du øger derfor sandsynligheden for, at flere kunder tager turen til tøjbutikken. Udover det kan du også bruge din Facebook-side til betalt digital markedsføring ved at annoncere din side og publiceret indhold til din målgruppe. Vores erfaring tilsiger, at markedsføring på Facebook helt klart er bedre til B2C end B2B markedet, men siden prisen på annoncering via Facebook er så lav, kan det være værd at teste uanset om din virksomhed sælger B2B eller B2C.

Markedsføring på LinkedIn – perfekt for forretningskunder

En LinkedIn-side vil samtidig give dig et stærkt udgangspunkt for at udvide dit forretningsnetværk. Det kan f.eks. dreje sig om at finde nye grossistforhandlere af tøj, nye ansatte eller andre samarbejdspartnere, som kan hjælpe din virksomhed. En LinkedIn-side vil også, på samme måde som en Facebook-side, hjælpe din virksomhed med at klatre op ad i Googles søgelistes - og dermed også indirekte bistå med B2C og/eller B2B digital markedsføring. Annoncering via LinkedIn er, sammenlignet med f.eks. Google, relativt billigt. En fordel med LinkedIn kontra Facebook er også, at man kun betaler per klik – altså behøver du ikke betale for at folk som ikke er interesserede i dit indhold, skal se det. Digital markedsføring på LinkedIn er bedrettet mod B2B markedet, men præcis som med Facebook, så gør den lave pris, at det også kan være værd at teste med en B2C orienteret virksomhed.

Kom i gang med digital markedsføring i dag

Med tanke på, at det er helt gratis at oprette både Facebook- og LinkedIn-sider for din virksomhed, og at det nemt kan gøres på en times tid, mener vi, at alle danske virksomheder, der har en eller anden form for kundeinteraktion, burde tage sig tiden til at gøre det. Som vi har skrevet om før, er digital markedsføring fra et omkostningsperspektiv, meget venligere mod små og mellemstore virksomheder end traditionel markedsføring, og markedsføring på LinkedIn og Facebook kan være meget effektivt hvis det bliver gennemført rigtigt. Som et sidste råd er det også vigtigt at huske på at linke alle dine hjemmesider og sociale mediesider sammen, eftersom det både vil gøre det nemmere for dine kunder at finde dem, men også for at få din virksomhed højere op på Googles søgemotor.

Hvis du er interesseret i at oprette en Facebook- og/eller LinkedIn-side, kan du følge disse to links:

Facebook:

<https://www.facebook.com/business/learn/set-up-facebook-page>

LinkedIn:

<https://business.linkedin.com/marketing-solutions/company-pages>

Tak for at du læste denne artikel, og vi håber, du synes, det har været til hjælp. Tilmeld dig vores nyhedsbrev, og modtag

direkte besked når det nyeste blogindlæg, der rækker udover vores artikler, publiceres.

Kilder:

1) <https://hbr.org/2014/01/what-marketers-misunderstand-about-online-reviews>