expertenReport

Mehr Kaufentscheidungen per Social Media

Der Einfluss der Sozialen Medien auf das Kaufverhalten steigt. Immer mehr Deutsche berücksichtigen die Empfehlungen aus dem Social Web bei ihren Kaufentscheidungen. Fast jeder dritte Social-Media-Nutzer hat Dienstleistungen und Produkte gekauft, weil sie im Web 2.0 empfohlen wurden.

Seit dem Jahr 2012 steigt der Einfluss Sozialer Medien auf Kaufentscheidungen stetig an. 32 Prozent der Social-Media-Nutzer haben sich bereits für ein konkretes Produkt oder eine Dienstleistung aufgrund einer Empfehlung eines privaten Social-Media-Kontaktes entschieden. Im Jahr 2012 waren es noch 23 Prozent. Kaufentscheidungen, die durch Werbung im Web 2.0 ausgelöst wurden, legten im gleichen Zeitraum von 17 auf 27 Prozent zu.

Steigende Zahlen belegen, dass Unternehmenskommunikation und Marketing in den Sozialen Medien nicht mehr außen vor bleibt. Erfolg per Social Media ist kein Selbstläufer und sollte nicht nebenbei aufgesetzt werden. In jedem Fall müssen die Web-2.0-Kanäle und deren Aktivitäten passend zur eigenen Zielgruppe gewählt werden. In jedem Fall sollten in die Analyse und Umsetzung thematisch passende Blogs und Youtube-Kanäle einbezogen werden. 24 Prozent der Social-Media-Nutzer in Deutschland haben schon mal eine Ware gekauft oder eine Dienstleistung in Anspruch genommen, weil sie von einem Blogger oder Youtuber beworben wurde.

Bild: © sdecoret / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport

https://www.experten.de/id/4942428/mehr-kaufentscheidungen-per-social-media/