

DiTech auf Facebook

Agenten-Drehscheibe

Mit mehr als 27.500 Fans spielt DiTech in einer eigenen Liga, wenn es um die Nutzung von Facebook als Marketing-Instrument geht. Der Wiener Computerhändler nutzt die Plattform seit 2009, um Kontakt zu seiner Community zu halten.

Ein IT-Unternehmen wie DiTech kommt nicht an Facebook vorbei, ist DiTech-Gründer und -Geschäftsführer Damian Izdebski überzeugt: „Kaum ein Unternehmen kommt heutzutage an Social Media vorbei und für DiTech als Computerspezialist sind diese neuen Kommunikationskanäle natürlich besonders wichtig. DiTech ist daher schon seit Ende 2009 auf Facebook aktiv und tritt dort sowohl mit sehr technikaffinen und Computer-begeisterten Menschen in Kontakt, als auch mit reinen Computer-Anwendern, die teilweise erst auf diese Weise Kontakt zum Unternehmen finden.“

Das hat mit der klassischen Unternehmenskommunikation oder Werbebotschaften wenig zu tun, wie Izdebski betont, wenn auch die Facebook-Seite Informationen über das Unternehmen und spezielle Aktionen bietet. Vielmehr hat DiTech über die Social Media-Plattform einen zusätzlichen Kommunikationskanal geschaffen, mit dem das Unternehmen „direkt, zielgerichtet und sehr spontan“ interagieren kann. „Viele unserer Kunden sind sehr technikaffin und verbringen besonders viel Zeit an Ihren Computern und im Social Web. Damit ist es für DiTech eine Selbstverständlichkeit, dass wir dieser Kernzielgruppe auch etwas bieten müssen im beliebtesten Social Network“, erklärt der DiTech-Gründer. „So beantworten wir auf diesem Weg unter anderem auch viele Serviceanfragen direkt. Wobei man auch die interne Wirkung unseres Facebook-Engagements nicht unterschätzen darf. Viele unserer Mitarbeiter sind auch auf Facebook aktiv und beteiligen sich direkt in der Community.“

Die DiTech-Agenten

Der Kanal verlangt aber auch nach besonderen Maßnahmen und DiTech geht hier einen ganz eigenen Weg, um seine Fans zu aktivieren. Beim IT-Spezialisten rief man dazu die Agenten ins Leben. „Seit Start unserer Facebook-Seite können sich Fans als ‘DiTech Agents’ an

‘Missionen’ – also gemeinsamen Aktionen und Games – beteiligen und erleben so auf spannende Art, wie DiTech tickt“, schildert Izdebski. „Eine simple Facebook-Fanpage haben viele Unternehmen. Wir wollten unseren Fans zeigen, dass wir ihnen mehr bieten möchten als Unternehmensnews und Angebote über diesen Kanal zu vermitteln. Mit den ‘DiTech Agents’ haben wir zum einen eine tolle Community geschaffen, die sich besonders stark mit DiTech verbunden fühlt und zum anderen macht es den Usern sichtlich einfach Spaß, sich untereinander auszutauschen und an unseren ‘Missionen’ zu beteiligen.“

Umsetzung mit Partner

Die Idee entstand in Zusammenarbeit mit einem externen Partner. Wichtig sei in diesem Zusammenhang, dass man seine Community immer wieder etwas Neues biete und auf Fragen der Community rasch reagiere. Dazu laufen auf der Plattform immer wieder Aktionen, bei denen die Aufgaben gelöst werden müssen, um Preise zu gewinnen. So konnten sich die DiTech-Agenten einmal an einer Schnitzeljagd durch ganz Wien beteiligen – mit durchschlagendem Erfolg für das Unternehmen: An der Aktion beteiligten sich mehrere hundert Agenten.

Der zeitliche Aufwand für die Fanpage hielt sich laut DiTech-GF in Grenzen. Das Unternehmen bediente sich eines externen Partners, der DiTech bei der Konzeption und Erstellung der Seite unterstützte, womit der Facebook-Auftritt innerhalb von wenigen Wochen umgesetzt werden konnte. Dieser Partner unterstützt das Unternehmen auch bei der Weiterentwicklung der Page. Intern gibt es wiederum einen Mitarbeiter im Marketing, der sich um die Koordination der Social Media-Aktivitäten kümmert.

Text: Dominik Schebach
Fotos: DiTech | Web
Info: www.facebook.com/DiTechComputer



Für Damian Izdebski, DiTech-Gründer und -GF, ist die Facebook-Fanpage der direkte Draht zur Community.

AM PUNKT

FACEBOOK als zusätzlicher Kanal für die direkte und spontane Kommunikation mit der Community

DITECH-AGENTEN können sich an „Missions“ beteiligen und werden damit stärker eingebunden.

