

6 Fallen im B2B

Social Media Selling



1.

Zu starker Fokus auf Verkauf.

B2B-Unternehmen können beim Verkauf über soziale Medien scheitern, wenn sie sich ausschließlich darauf konzentrieren, ihre Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben, anstatt Beziehungen zu ihrem Publikum aufzubauen. Dieser Ansatz kann aufdringlich wirken und potenzielle Kunden abschrecken.

2.

Mangelndes Engagement.

Unternehmen könnten im Social Media Marketing scheitern, wenn sie nicht mit ihrem Publikum interagieren oder auf Kommentare und Nachrichten reagieren. Dies kann dazu führen, dass ihre Marke als unnahbar erscheint und potenzielle Kunden davon abhält, mit ihnen in Kontakt zu treten.

3.

Inkonsistente Nachrichten.

Unternehmen können beim Social Media Selling scheitern, wenn sie auf ihren Social Media-Kanälen inkonsistente Botschaften verbreiten. Dies kann ihr Publikum verwirren und zu einem Mangel an Vertrauen in ihre Marke führen.

4.

Schlechte Zielsetzung.

B2B-Unternehmen können beim Verkauf über soziale Medien scheitern, wenn sie nicht die richtige Zielgruppe für ihre Produkte oder Dienstleistungen ansprechen. Dies kann zu verschwendeten Werbegeldern und niedrigen Konversionsraten führen.

5.

Keine Messung der Ergebnisse.

Wenn Unternehmen die Ergebnisse ihrer Social Media-Kampagnen nicht messen, kann dies zum Scheitern der Social Selling Strategie führen. Sie werden nicht verstehen, was funktioniert und was verbessert werden muss.

6.

Missachtung der bewährten Praktiken.

Ignorieren Sie bitte nicht die Best Practices, wie z. B. konsistente Postings, die Verwendung relevanter Hashtags und die rechtzeitige Beantwortung von Kommentaren und Nachrichten. Das kann zu geringerer Sichtbarkeit und Interaktion auf den Social-Media-Plattformen führen.