



Andreas Ubl

SOCIAL MEDIA? GROSSARTIG!

Herr Ubl, wieso machen Sie das bei IFMS mit dem Social Media?“ Diese Frage habe ich in letzter Zeit oft gestellt bekommen. Seit 1.1.2022 sind wir auf den Kanälen LinkedIn, Facebook und Instagram mit Social Media hochprofessionell – mit Hilfe von Experten und Agenturen – vertreten, und ich finde es großartig.

Über Social Media-Netzwerke können wir direkt mit unseren KundInnen und „Fans“ kommunizieren, während unsere Zielgruppe die Möglichkeit hat, direkt mit unserer Marke zu interagieren. Im Gegensatz zur einseitigen Kommunikation, wie wir sie alle kennen, funktioniert Social Media in beide Richtungen. Unsere verschiedenen Plattformen eignen sich hervorragend, um uns mit unseren KundInnen und InteressentInnen auszutauschen und um unsere IFMS-Produkte zu präsentieren. Über die sozialen Netzwerke vergrößern wir unsere Reichweite, informieren die IFMS-Kunden effizienter und profitieren von den Möglichkeiten zur Neukundengewinnung. Unser Social-Media-Marketing hilft uns, eine echte IFMS Community mit Kunden und Interessenten aufzubauen. Und gegenüber der Online-Werbung mit Google AdWords kann die Werbung in sozialen Netzwerken nachhaltiger sein. Bereits eine kleine und gut geplante Kampagne bei Facebook kann 100 neue Fans bedeuten. Die Kosten sind hier überschaubar, was mir als Unternehmer natürlich wichtig ist. Außerdem kann ich meiner IFMS Community immer wieder und schnell unsere neuen Produkte vorstellen. Eine Kaufgarantie ist das zwar nicht, die Reichweite wächst jedoch stetig.

Ich bin als Unternehmer ein Zahlenmensch und definitiv rentabilitätsorientiert. Facebook und Co. integrieren zahlreiche Statistik-Tools, die mir bei der Analyse von Kampagnen helfen. Ich sehe auf einen Blick, wie viele Fans in einem bestimmten Zeitraum hinzugekommen sind, welches Produkt am häufigsten „geliked“ wurde und welche Beiträge die größte Reichweite

erzielen. Ich kann jederzeit Kampagnenerfolge auswerten und mehr über die Beliebtheit meiner eigenen Produkte lernen. Wir haben das gerade mit unserem Winterdienst-Produkt gemacht und gemerkt, dass immer mehr Menschen kein Salz mehr streuen wollen. Darüber denken wir gerade nach. Was dabei rauskommt, erfahren Sie dann auch auf Social Media. Wenn ich eine Anzeige in einer Zeitung schalte oder einen TV Spot buche, habe ich keine Ahnung darüber, was der Leser oder Zuseher will. Ich wollte weg von der Frontalwerbung und in einen Dialog mit den IFMS-KundInnen und MitarbeiterInnen treten. Das gelingt mir über Social Media. Auch wir haben, wie alle in der Reinigungsbranche, einen Fachkräftemangel und müssen uns gegen den Wettbewerb durchsetzen. Ein gutes Image und die Präsenz in den sozialen Medien helfen dabei. Auch potenzielle neue MitarbeiterInnen nutzen die sozialen Netzwerke, weshalb sich die Veröffentlichung von Stellenanzeigen auf unseren Plattformen anbietet. Mit dieser modernen Art und Weise des Personalmarketings begeistern wir qualifizierte Fachkräfte und feiern auch damit unsere ersten Erfolge. Alles in allem war für uns in der IFMS Unternehmensgruppe die Entscheidung ganz klar für Social Media.

Wir sind innovativ, daher haben wir unsere Auftritt nach außen um Social Media erweitert. Kommunizieren fair, was auf Social Media eine Grundvoraussetzung ist. Arbeiten miteinander, mit unserer Community, und sind ein sicheres und solides österreichisches Unternehmen. Und das wollen wir alle wissen lassen. Dafür stehen die Buchstaben IFMS und auch unsere Social-Media-Auftritte.

Andreas Ubl ist Geschäftsführender Gesellschafter der IFMS Infrastrukturelles Facility Management Service GmbH