

GEWINNSPIELE UND SOCIAL MEDIA: 4 TIPPS

Veröffentlicht am 24. Mai 2012 von Annette

Gewinnspiele gelten als wunderbares Mittel, um sich als Unternehmen in den sozialen Medien bekannt zu machen. Aber ein Gewinnspiel muss sinnvoll konzipiert und professionell umgesetzt sein, um einen positiven Effekt zu haben. Wir haben 4 Tipps zusammengestellt, wie man eine erfolgreiche Gewinnspiel-Aktion bei Facebook, Google+ & Co. durchführt:

Setzen Sie sich ein konkretes Marketing-Ziel. Was wollen Sie erreichen?

Starten Sie nicht einfach ein Gewinnspiel, weil es wie eine gute Idee erscheint. Überlegen Sie sich im Voraus, welches Marketing-Ziel Sie mit der Aktion erreichen wollen. Wollen Sie auf ein neues Produkt aufmerksam machen? Wollen Sie neue Fans in Ihren Social Media Kanälen gewinnen? Es gibt zahlreiche Gründe. Machen Sie sich bewusst, was Sie erreichen wollen. Nur so können Sie effektiv planen.

Überlegen Sie sich, welche Art von Gewinnspiel geeignet ist.

Das hier ist der kreative Part. Denken Sie nicht eindimensional an Verlosungen oder Rätsel, obwohl das natürlich auch möglich ist. Aber soziale Netzwerke eröffnen noch viel mehr Möglichkeiten. Wie wäre es mit einem Video-Wettbewerb, in dem Sie Ihre Fans dazu auffordern, einen Werbefilm für Ihr neues Produkt zu drehen? Oder ein Model-Wettbewerb mit Fotos, die zu Ihrer Branche passen? Oder Sie [lassen die Benutzer ein Produkt entwerfen](#) und hinterher für das Beste abstimmen? Gewinnspiele sollten in jedem Fall die Benutzer involvieren – je lustiger und sehenswerter, desto besser.

Suchen Sie den richtigen Preis aus - nah an Ihrem eigenen Produkt.

Was bei einem Gewinnspiel als Preis vergeben wird, kann sehr unterschiedlich sein. Ein Unternehmen kann seine eigenen Produkte oder Gutscheine als Preis anbieten. Man kann auch externe Produkte kaufen und als Preis vergeben, braucht dafür aber in der Regel das Einverständnis des Herstellers. Es gibt aber auch noch immaterielle Preise. Ein Beispiel: Eine [Sushi-Bar in Texas](#) hat über verschiedene Social Media Kanäle ein Gewinnspiel betrieben, bei dem die Benutzer einigen Gerichten auf der Karte Namen geben sollten. Der Preis für die Gewinner war, dass die Produkte so benannt wurden, wie sie es vorgeschlagen hatten und ihr Name in der Speisekarte des Restaurants aufgenommen wurde. Die Kampagne war ein voller Erfolg. Ganz wichtig: Wählen Sie die Preise nicht fern Ihrer Branche aus. Ein Friseur, der einen Rasenmäher verlost, wirkt auf die Fans reichlich merkwürdig. Diese hätten vielleicht lieber eine kostenlose Behandlung gewonnen.

Ziehen Sie es nicht unnötig in die Länge.

Jeder Beteiligte will wissen, ob er nun gewonnen hat oder nicht. Wenn ein Gewinner feststeht, machen Sie es sofort öffentlich und benachrichtigen Sie den Glücklichen. Wenn man ein Gewinnspiel zu lange hinzieht, sind die Benutzer gelangweilt und folgen dem Geschehen nicht mehr.

Gewinnspiele sollten sehr gut überlegt werden. Am Besten zieht man als Unternehmen den Rat einer Agentur oder eines Experten hinzu. Denn ein Gewinnspiel muss gut und interaktiv sein, damit es sein zweifelsfrei vorhandenes Potenzial auch entfalten kann. Ist das gegeben, gewinnt man viele, interaktive Fans und macht sein Unternehmen bekannter und beliebter.

Übrigens, was viele nicht wissen: Gewinnspiele müssen auf Facebook immer mit einer Applikation gekennzeichnet werden. Einfach etwas unter allen Fans oder „Teilern“ zu verlosen, ist nicht erlaubt. Genauer dazu kann man unter „Promotions“ in den [Guidelines von Facebook](#) nachlesen. Benjamin Knecht und Alexander Geißenberger haben [in diesem Beitrag](#) noch viele, hilfreiche Tipps zu Gewinnspielen bei Facebook gegeben.

Kennen Sie gute Beispiele für Gewinnspiele und Wettbewerbe in den sozialen Netzwerken? Wir freuen uns auf interessante Beiträge!