

 KURZINFO

1. »Naturstein Marketing Award« (NMA) verliehen



Die Gewinner zwischen Michael Hoffmann (Head of Search im Ebner Verlag, links) und Naturstein-Chefin Bärbel Holländer: v.l. Herbert Baldauf, Oswald Kurz, Nina Graser, Petra Helgert und Elmar Herterich Foto: Melissa Gößling

Digitales Marketing ist längst keine Randerscheinung mehr. Immer neue Plattformen und Technologien entstehen und schaffen immer neue Möglichkeiten der Vermarktung von Produkten. V.a. kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) tun sich mit der Vermarktung ihrer Produkte im digitalen Raum eher schwer. »Naturstein« hat sich des Themas angenommen.

Warum ein Award für Marketing?

Im Rahmen des NMA untersuchten Mitarbeiter des Audience Developments im Ebner Verlag die Branchenmitglieder im Hinblick auf ihre digitale Performance. Sie erstellten ein Set an für die Branche relevanten Keywords und ermittelten die dazugehörigen Rankings einzelner Seiten in Google. Das Verfahren ist rein analytisch und zahlenbasiert, subjektive Faktoren flossen nicht in die Ermittlung der Gewinner ein (s. Naturstein 6/2018). Search ist nur einer von vielen Kanälen, auf denen digitales Marketing betrieben werden kann. Ein anderer Kanal ist bspw. Social Media. Auf jedem Kanal sind die Mechanismen, um erfolgreich zu sein, andere. Beim ersten Naturstein Marketing Award wurde bewusst nur der Search-Kanal berücksichtigt. Hauptanliegen des NMA ist es, in der Branche Aufmerksamkeit für das Thema Marketing zu schaffen. Die Gewinner zeigen, dass auch Branchenteilnehmer digitales Marketing ohne 10.000€-Budget betreiben können. Insofern haben die Gewinner auch eine gewisse Leuchtturm-Funktion.



And the winners are ...

Das NMA-Team entschied sich, die Gewinner des Awards in die klassischen Kategorien B2C (Business to Customer) und B2B (Business to Business) aufzuteilen. Dies sollte einen fairen Vergleich der Gewinner untereinander ermöglichen.

Die Gewinner in der Kategorie B2C sind:

1. Herterich Grabstein
2. Steinmetz Baldauf

Die Gewinner in der Kategorie B2B sind:

1. Kurz Natursteine
2. Bamberger Natursteinwerk
3. Helgert Granit

Die Gewinner sind Gewinner nicht von ungefähr. Vieles, was für eine erfolgreiche Performance im digitalen Marketing erforderlich ist, wird auf ihren Seiten bereits umgesetzt. Auf visuelle Ansprache wird geachtet. Häufig werden Fotos, aber auch Videos verwendet, um den Kunden umfassend zu informieren. Geschickt eingesetzt, kann dieser Content die Ausstellungsfläche in den digitalen Raum erweitern. Wichtig: Auch schriftlicher Content darf auf den Seiten nicht zu kurz kommen. Neben einigen technischen Einstellungen ist schriftlicher Content immer noch das Hauptmittel, um Suchmaschinen wie Google mitzuteilen, was das Thema einer Seite ist.

Best Practices der Gewinner

Viele Seiten bieten auf ihrem Webauftritt auch einen sogenannten Q&A-Bereich an. In diesem werden von Kunden häufig gestellte Fragen aufgenommen und auch direkt beantwortet. Sowas bietet dem Kunden Orientierung und erleichtert ihm seine Entscheidungsfindung. Außerdem zeigt es, dass sich das Unternehmen wirklich mit den Anliegen der Kunden auseinandersetzt.

Der Gewinner in der Kategorie B2C, Heterich Grabstein, geht dabei noch einen Schritt weiter. Auf der Seite werden sogenannte Testimonials dargestellt. Diese Kundenmeinungen sind, sofern positiv, bares Gold wert, da sie ungefärbt sind und bei Interessenten Vertrauen in die Leistungen des Unternehmens schaffen.

Kurz Natursteine, Gewinner in der Kategorie B2B, setzt auf moderne Technologien, um seine Produkte angemessen zu präsentieren. Beispielsweise steht auf der Seite ein sogenannter Showroom zur Verfügung. Hier werden in kurzen Video-Sequenzen Muster in einer 360°-Ansicht vorgestellt. Mit dem auf der Stone+tec vorgestellten Relaunch der Seite ist nun auch ein 3D-Konfigurator hinzugekommen. Dieser erlaubt es, von zu Hause aus beispielsweise den Wunschgrabstein zu planen. Neben diesen modernen Features informiert der Gewinner auf der Seite auch über allgemeine Themen, z.B. die Begräbniskultur in Deutschland. Dies hilft dem Kunden, Berührungspunkte mit dem Thema abzubauen.

Digitales Marketing in der Natursteinbranche

Die Gewinner des Naturstein Marketing Awards zeigen es: Digitales Marketing ist bereits in der Naturstein-Branche angekommen. Die eigene Website gehört dabei heute zu den absoluten Must-Have's. Sie informiert die Kunden, stellt das Unternehmen vor oder erweitert die Ausstellungsfläche. Standard ist dies in der Branche aber noch nicht! Der Award soll insofern auch Anreize bieten, sein eigenes digitales Marketing auf den Prüfstein zu stellen und sich für die Zukunft fit zu machen. Das sehen auch die NMA-Sponsoren so. Naturstein dankt dem Bundesverband Deutscher Steinmetze, der NürnbergMesse sowie den Firmen Burkhardt-Löffler, J. König und Möller-Chemie.

Michael Hoffmann