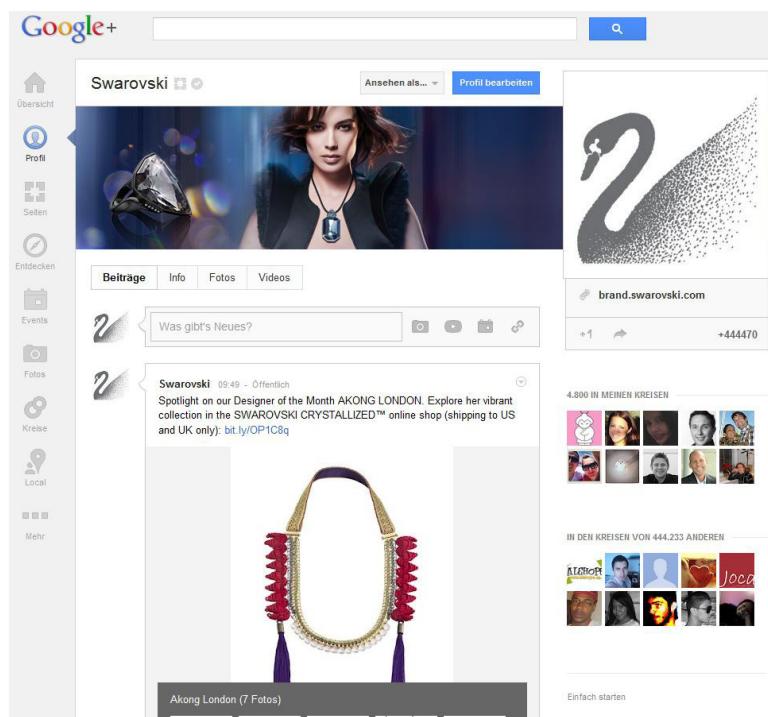


Fallstudie: Swarovski – Google+

Herausragender Erfolg bei Google+: Swarovski gewinnt über 430.000 Follower



- Exklusive und aktuelle Inhalte für Google+ Unternehmensseite
- Über 430.000 Follower sechs Monate nach Start
- Starker Dialog mit den Nutzern: Beiträge mit +1 empfehlen, kommentieren und weiterleiten
- Social Media affine Menschen als Multiplikatoren

Swarovski erreichte binnen sechs Monaten auf seiner Google+ Seite mehr als 430.000 Follower. Erfolgsfaktoren sind vor allem aktuelle und exklusive Inhalte.



Google+ ist ein wichtiger Kanal für uns und wird es auch in Zukunft bleiben. Konkret arbeiten wir daran, unsere Webseite Google+ tauglich zu machen – durch direkte Einbindung des +1-Empfehlungs-Buttons und Einbindung der aktuellsten Posts in einen „Social Stream“.

Hannes Bliem, Manager Corporate Social & Digital Media, D. Swarovski KG

Mehr Informationen über Google+
http://www.google.com/intl/de_ALL/+/business und
Profilerweiterungen
<http://www.google.de/ads/innovations/socialextensions.html>

Swarovski – Name und Marke stehen seit der Gründung des Unternehmens 1895 dafür, „die Wünsche der Menschen nach Schönheit und Freude zu erfüllen“, u.a. als Hersteller, Vermarkter und Händler von hochwertigem Kristallschmuck und dekorativen Objekten. Inzwischen setzt Swarovski 2,22 Mrd. Euro um, beschäftigt über 26.000 Mitarbeiter und unterhält mehr als 1200 eigene Boutiquen. Seit über zehn Jahren wird das Internet als Showroom und Vertriebskanal genutzt. Auf unterschiedlichen Websites und über verschiedene Social Media-Kanäle spricht Swarovski eine Vielzahl von Zielgruppen an. Offizieller Start der Präsenz auf Google+ war der 1. Dezember 2011. „Wir bieten auf unserer Unternehmens-Webseite (brand.swarovski.com) Besuchern die Möglichkeit, direkt von der Startseite auf unser Google+ Unternehmensprofil abzuspringen, was auch gerne in Anspruch genommen wird“, berichtet Hannes Bliem, Manager Corporate Social & Digital Media bei der D. Swarovski KG.

Nach sechs Monaten mehr als 430.000 Follower

„Wir wollen unseren Followern einen Mehrwert bieten und mit unseren Inhalten Funkeln in deren Alltag bringen,“ erläutert Hannes Bliem. Dazu zählen etwa „Behind the Scenes“-Material oder die Vorstellung einer neuen Schmuckkollektion. „Die Vielfalt der unterschiedlichen Themen in Kombination mit dem ideal auf die Zielgruppe abgestimmten Inhalt ist unser größter Erfolgsfaktor. Hier setzten wir in erster Linie auf exklusive Inhalte, die wir vornehmlich mit Bildern aufbereiten.“ Das inhaltliche Konzept und die Marke kommen an, wie der steile Anstieg der Follower-Zahlen belegt: erste Woche 600 Follower, zweite Woche 6.000 Follower, nach vier Wochen 60.000 Follower, Mitte Juli 2012 zählte die Unternehmenspräsenz circa 437.000 Follower. Zum Erfolg beigetragen habe auch, dass Swarovski Google+ als „Best Practice im Unternehmen für länderübergreifende Kollaboration genutzt“ habe, sagt der Kommunikationsmanager.

Exklusive Inhalte weiterleiten, kommentieren und +1-Empfehlungen geben

Positiv entwickelte sich auch die Klickrate (Click-through-Rate, CTR) von AdWords-Anzeigen im Rahmen der Brand Kampagne: Vor dem Einsatz von Profilerweiterungen lag die CTR bei 1,1 Prozent, nach dem Einsatz bei 1,6 Prozent, eine Steigerung von fast 50 Prozent. Die Popularität der Seite zeigt sich ebenso bei Empfehlungen. So werden einzelne Beiträge im Schnitt vier Mal weitergeleitet und erhalten etwa fünf Kommentare. Mehr Kommentare sind aber möglich. Beispiel: 29 Follower schrieben etwas zu den Fotos über die exklusive Garten-Installation „A Place for a dreaming...“. Solche täglich neuen Inhalte bescheren der Google+ Unternehmensseite im Schnitt zusätzliche 26 +1-Empfehlungen, die dann in den Profilerweiterungen der AdWords-Anzeigen auftauchen. Hannes Bliem: „Google hilft uns, die Markenbekanntheit zu steigern und mit unseren Followern direkt zu interagieren.“ Werden Follower in Käufer umgewandelt? „Es gelingt uns schon sehr gut, und wir arbeiten daran, diese Rate kontinuierlich zu steigern“, kommentiert Hannes Bliem. Sein Fazit: „Google+ ist ein wertvoller Kanal für uns, den wir seit über einem halben Jahr erfolgreich nutzen. Speziell die Möglichkeit zur gezielten Kanalisierung von Inhalten durch die Verwendung von Kreisen ist ein sehr wirkungsvolles Feature. Des Weiteren ist die Identifikation von Social Media affinen Menschen als Multiplikatoren essentiell für uns.“

Kontaktieren
Sie unser
Google Office

Google Germany GmbH
ABC-Straße 19 | 20354 Hamburg
Tel. (0)40-808179-000