

PR-Tipp made by muebri.de – #246

Lohnt sich Snapchat für Unternehmen?

Noch nutzen nur wenige deutsche Unternehmen die App Snapchat als Marketingkanal. Dabei eignet sie sich besonders, um Events oder Messen zu begleiten. Vorreiter ist hier unter anderem der Automobil-Verleih Sixt. Wichtig ist es, kontinuierlich neue, kreative Inhalte zu liefern, sonst verlieren die Follower schnell das Interesse. Im Unterschied zu anderen sozialen Medien setzt Snapchat ein aktives „Folgen“ voraus. Die Nutzer sind sich der Kurzlebigkeit der Inhalte bewusst und schenken daher ihre volle Aufmerksamkeit. Unternehmen, die Snapchat nutzen, können auf Exklusivität setzen und bestimmte Inhalte ausschließlich über die App anbieten.

Wer Snapchat nutzt, muss akzeptieren, dass sich die Inhalte von anderen Social Media Kanälen unterscheiden. Das Besondere ist das Unfertige und Ungeschliffene. Die Inhalte sind dynamisch und schnelllebig. Es gibt keine Möglichkeit, direkt auf eine Website zu verlinken. Marken und Kommunikationsfachleute können Snapchat aber nutzen, um eine Community aufzubauen, Content zu verbreiten und auf verschiedene Weise mit Zielgruppen zu interagieren.

Auch wenn derzeit noch nicht ganz klar ist, wie die Zukunft von Snapchat aussieht, ist der Erfolg der App nicht zu unterschätzen. Snapchat hat sich unter den sozialen Medien in relativ kurzer Zeit als wichtiger Player etabliert.

(hil)

©2016 Medienbüro Müller-Bringmann/ 10. Mai 2016