



Social Media für die Möbel-Praxis



Bei den Präsenz-Veranstaltungen zu Beginn und zum Abschluss lernten sich die Teilnehmer nicht nur persönlich kennen, sondern konnten in intensiver Gruppenarbeit ihr Wissen vertiefen.

Einrichtungspartnerring VME mit Fortbildung zum „Social Media Management for Furniture“ für Interliving Partner | Neue Konzepte

Moderne Marketing-Tools nutzen, um neue Zielgruppen nicht nur anzusprechen, sondern sie als Kunden an das Möbelhaus zu binden, das zählt zu den wichtigsten Kernaufgaben, denen sich die Marketing-Verantwortlichen im Möbelhandel aktuell stellen müssen. Im Mittelpunkt stehen hierbei die Sozialen Netzwerke, denn bestimmte Zielgruppen sind letztlich nur noch über Social-Media-Marketing zu erreichen, sie informieren sich vor dem Möbelkauf eben nicht einmal mehr im „klassischen Internet“, sondern auf Plattformen wie Pinterest oder Instagram. Doch die Social-Media-Welt ist groß und für den Laien oft unübersichtlich. Hier bedarf es echter Experten, die für jedes Sozi-



Die Abschlussveranstaltung in Nürnberg zählte zu den Highlights der Fortbildung „Social Media Management for Furniture“, die exklusiv für Interliving Partner angeboten wurde. Mehr als 50 Mitarbeiter von Interliving Häusern haben jetzt ihr Zertifikat in der Tasche und die Kompetenz, die Social-Media-Kanäle für ihr Haus strategisch zu nutzen. Fotos: Einrichtungspartnerring VME

tent-Managerin Kim Kottwitz. Insgesamt bestand der Kurs aus 55 Stunden Online-Unterrichtseinheiten. Diese stellten einen zeitgemäßen Mix aus Lernvideos, Präsentationen, Texten und Tests dar, die exklusiv für diesen Kurs entwickelt wurden und perfekt auf die Möbelbranche zugeschnitten waren. Damit blieb der Kurs immer auch interessant und unterhaltsam, was einen effektiven Schulungserfolg garantierte. Hinzu kamen Praxisaufgaben und Quizze, bei denen das erlernte Wissen angewendet und vertieft werden konnte. Die gemeinsamen digitalen Worksessions mit den Dozenten halfen schließlich, noch offene Fragen zu klären und die einzelnen Themen zu vertiefen. Die aufeinander abgestimmten Themenblöcke drehten sich um Erfolgsfaktoren und Strategien für Social Media im Allgemeinen, um Social Selling, Analysen, rechtliche Grundlagen, die Content-Erstellung sowie um die speziellen Anforderungen der Plattformen Facebook, Instagram und Pinterest.

Gemeinsam mehr lernen

Begleitend wurde eine VME-Community ins Leben gerufen. In dieser Gruppe tauschten die teilnehmenden Möbelhaus-Mitarbeiter ihr Fachwissen aus, Tipps und Tricks wurden weitergegeben und Fragen beantwortet. Nach den rund sechs Monaten, die die Fortbildung dauerte, sollen und wollen sich die Teilnehmer zu den Themen des Social-Media-Marketings austauschen und gegenseitig unterstützen. Damit wird auch die Interliving Partner-Community innerhalb des Einrichtungspartnerring VME weiter gestärkt. Die frisch ausgebildeten Social Media Manager sollen in den Möbelhäusern der Mitgliedsunternehmen als Schnittstelle zwischen allen Abteilungen und Akteuren fungieren und ihre individuell entwickelten Strategien umsetzen. Der Einrichtungspartnerring VME stellt seinen Mitgliedsunternehmen über die sogenannte „MarketingBOX“, ein digitales Tool exklusiv für Mitglieder des Verbandes, bereits seit Jahren hochwertigen und abwechslungsreichen Content zur Verfügung. Neben den Inhalten für klassische Werbeformen wie Prospekte und Anzeigen sind dies eben auch schon längst spezielle Inhalte für den Einsatz in den Sozialen Netzwerken. Dazu gehören Videos, Fotos, Texte, Blogbeiträge und Online-Pakete zu Aktionen und Gewinnspielen – also alles, was das Social-Media-Herz begehrt.

Vielfalt kompetent einsetzen

Diese Vielfalt an Inhalten und Plattformen zu bedienen, ist eine Kunst, die die Teilnehmer jetzt beherrschen und damit eine wichtige zusätzliche Kompetenz in die Interliving Möbelhäuser bringen. Teilnehmen konnten dabei pro Mitgliedsunternehmen fünf Mitarbeiter, die die Social-Media-Kanäle des jeweiligen VME-Mitglieds bereits betreuen oder dies nach der Schulung übernehmen sollen. Damit wurde schon im Vorfeld dafür Sorge getragen, dass die Plätze im Kurs an genau die richtige Personengruppe gingen – und damit eben auch die größtmögliche Wirkung erzielt werden konnte. Den Interliving Partnern beim Einrichtungspartnerring VME eröffnen sich dadurch ganz neue Möglichkeiten, mit ihren Kunden und Interessenten in den Dialog zu treten. Denn das ist eines der Hauptmerkmale von Social-Media-Marketing: Man tritt in einen Dialog mit den Konsumenten, anstelle des Monologs, der in der klassischen Werbung vorherrscht.

Individuelle und gemeinsame Ziele erreichen

Die frisch gebackenen Social-Media-Expertinnen und -Experten spielen nicht nur kurzfristig eine wichtige Rolle für die Anschlusshäuser, sondern auch für den ganzen Verband und vor allem für die Interliving Partner-Community innerhalb des Einrichtungspartnerring VME. Sie sind nun in der Lage, Soziale Medien strategisch ins Marketing einzubinden, umzusetzen und weiterzuentwickeln – alles ausgerichtet auf die langfristigen Unternehmensziele und die Zukunftssicherung. Gleichzeitig sorgen sie aber auch für ein einheitliches Auftreten der Interliving Partner in den Sozialen Medien und treiben gemeinsam die Markenbekanntheit von Interliving weiter voran. Durch den dauerhaften Austausch untereinander und mit der VME-Zentrale in Bielefeld sind sie zudem an der Weiterentwicklung der Strategie und des Contents beteiligt, der künftig den Mitgliedern zur Verfügung gestellt wird.

ale Netzwerk die richtigen Inhalte vorhalten und diese auch gekonnt auszuspielen wissen. Die Interliving Partner haben auf diese Anforderung reagiert, sich zusammengeschlossen und gemeinsam entschieden ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen fortzubilden. So ist exklusiv das neue Fortbildungsprogramm „Social Media Management for Furniture“ entstanden. Nach einem halben Jahr konnten jetzt die ersten 52 Teilnehmer ihr Zertifikat entgegennehmen – und sind bestens dafür gerüstet, für ihr Interliving-Möbelhaus eine individuelle Social-Media-Strategie zu entwickeln und umzusetzen.

In sechs Monaten zum Zertifikat

Der Kurs begann im Oktober 2022 und bestand aus einer Auftakt- und einer Abschlussveranstaltung, mehreren selbstständig zu bearbeitenden Online-Bausteinen sowie digitalen Work-Sessions. Betreut wurden die Teilnehmer während der gesamten Schulungsdauer von VME-Marketing-Leiterin Katja Sladky und VME-Social-Media- und Con-



VME-Marketing-Leiterin Katja Sladky (rechts), und Social-Media-Managerin Kim Kottwitz (links) gratulieren Anna Martens von Interliving Möbel Hugelmann zum erlangten Zertifikat in „Social Media Management for Furniture“.



Bei den Workshops, an denen auch die Marketing-Experten aus der VME-Zentrale, wie hier Marketing-Leiterin Katja Sladky, teilnahmen, wurden Konzepte für die Praxis erarbeitet.

Generated Content“ und „Corporate Influencer“. Am Ende konnten Katja Sladky und Kottwitz zufrieden feststellen: Alle Ziele erreicht! „Wir wollten die Mitarbeiter unserer Mitglieder nicht nur weiterbilden, sondern auch untereinander vernetzen und so eine Erfa-Gruppe für Social-Media-Marketing entwickeln. Und das hat sehr gut funktioniert, die Kursteilnehmer sind zu einer Community zusammengewachsen, die auch künftig gemeinsam das Thema weiterentwickeln und ihre Erfahrungen miteinander teilen wird“, so Katja Sladky. „Dadurch entstehen Synergien, von denen alle Mitglieder profitieren können“, ergänzt Kim Kottwitz. Deswegen war auch schnell klar, dass es nicht bei diesem einen Kurs bleiben soll, ein Aufbau-Kurs zum Thema „Corporate Influencer“ ist bereits in Planung. Das Angebot soll eine Basis an technischem Verständnis schaffen, mit dem die Qualität des Contents noch weiter verbessert werden soll. Die jetzt geschulten „Social Media Manager:innen for Furniture“ sollen dann als eine Art Redaktionsleitung innerhalb der Anschlusshäuser dienen, die zusätzlichen Content von ihren Kollegen bekommen und in Kampagnen umsetzen.

Arnd Schwarze



moebelmarkt.de → PRODUKT

Persönliche Begegnung als Highlight

Zu den Highlights der Fortbildung gehörten für die Teilnehmer ebenso wie für die Initiatoren des Einrichtungspartnerring VME die Auftakt- und Abschluss-Veranstaltungen. Zum Start im Oktober letzten Jahres stand an zwei Tagen in Bielefeld vor allem das Kennenlernen der Teilnehmer und Teilnehmerinnen im Mittelpunkt. Dank mehrerer Impulsvorträge konnte man zudem schon einmal tief in das Thema Social-Media-Marketing eintauchen. Noch intensiver wurde es dann bei der Abschlussveranstaltung Ende April in Nürnberg, da hier die Teilnehmer ja schon über jede Menge eigenes Wissen verfügten, das nun vertieft und in Workshops angewandt werden konnte. Zusätzlichen Input boten außerdem die Fachvorträge zu Themen wie „User



Die Präsenz-Tage des Kurses mit ihren Abendveranstaltungen waren wichtig, damit sich die Teilnehmer besser kennenlernen und auch künftig im Austausch bleiben können. Davon profitieren die Social-Media-Strategien aller teilnehmenden Häuser und des Gesamtverbandes.