

Hootsuite-Report: Die sechs globalen Social-Media-Trends 2018 im Finanzsektor

Hamburg, 27. Februar 2018 – [Hootsuite](#), die am häufigsten genutzte Plattform für Social-Media-Management, veröffentlicht im aktuellen Report „Social-Media-Trends für Finanzdienstleister 2018“ die wichtigsten, globalen Entwicklungen bei der Nutzung von sozialen Netzwerken im Finanzbereich. Demnach versprechen sich Entscheider durch Social Media vor allem Umsatzwachstum, eine Senkung der operativen Kosten und ein verbessertes Risikomanagement. Die sechs folgenden Trends werden 2018 die Branche beschäftigen.

1. Social Selling auf dem Vormarsch

Social Selling und das Aufbauen der eigenen Mitarbeiter als Markenbotschafter ist bei vielen Unternehmen bereits in der Verkaufsförderung integriert. Durch regelmäßig in den sozialen Netzwerken veröffentlichten, hochwertigen Content erscheinen die Unternehmen auf dem Radar der Kunden, bevor diese wissen, welche Produkte sie anbieten. Die Methode ist weltweit gesehen sehr unterschiedlich verbreitet. Während sich in den USA in den letzten fünf Jahren bereits immer mehr Unternehmen aus dem Finanzsektor darauf eingelassen haben, hinkt Deutschland noch hinterher. Das wird sich 2018 ändern: Viele branchenführende Unternehmen arbeiten bereits daran, ihre Social Insights mit den übrigen Kundendaten in einem CRM- oder Business Intelligence Tool zu vereinen. Das wird der gesamten Branche einen Impuls geben und das Social Selling auch in Deutschland etablieren.

2. Posts werden nach Veröffentlichung überprüft statt davor

Die Kommunikation zwischen User und Unternehmen über Social Media lief vor allem im Finanzbereich in der Vergangenheit auf unterschiedliche Weise ab: Verbraucher fragen und kommentieren immer direkt und das jederzeit, die Unternehmen reagierten bisher zeitverzögert. Der Grund: Die Posts mussten vor der Veröffentlichung vom Compliance-Team erst überprüft werden. Mittlerweile haben Unternehmen erkannt, dass Social-Media-Kommunikation keine statische Werbung ist, sondern ein Austausch mit den Verbrauchern auf Augenhöhe. Immer mehr Unternehmen aus dem Finanzbereich werden daher dazu übergehen, Posts erst nach der Veröffentlichung zu prüfen. Damit können sie endlich schneller mit Nutzern interagieren. Maßgeblich für die Entwicklung sind die bessere Mitarbeiterausbildung und technische Lösungen, die riskante oder nicht regelkonforme Posts automatisiert kennzeichnen können.

3. Komplettlösung statt Tool-Mix

Bisher erwarben Finanzdienstleister häufig Lösungen zur Social-Media-Verwaltung sowie separate Programme für Social Selling. 2018 geht der Trend zu einer einzigen Plattform, die sich dank offener APIs mit bereits bestehenden Content-Management-Systemen integrieren lässt. Ungefähr zwei von drei Unternehmen gaben an, dass sie vor allem aus Effizienzgründen alle Social-Media-Tools von einem Anbieter beziehen.

4. Cyberattacken in Social Media nehmen zu

Leider wird auch eine sehr besorgniserregende Entwicklung die Finanzbranche 2018 beschäftigen: Schon jetzt betrifft jeder vierte Datendiebstahl ein Unternehmen aus der Finanzbranche und Cyberkriminelle nehmen immer öfter die Belegschaften in Social-Media-Kanälen ins Visier – leider mit Erfolg. Während bei betrügerischen E-Mails die Öffnungsrate bei 30 Prozent liegt, liegt sie bei Social-Media-Nachrichten schon bei 66 Prozent. Die Phishing-Angriffe werden mit Informationen aus den Timelines individualisiert und werden so nicht so einfach erkannt. Daher müssen Unternehmen verstärkt auf die Absicherung ihrer Social-Media-Accounts achten.

5. Mehr und vielfältigere Social-Media-Werbung

2018 werden Unternehmen aus dem Finanzbereich mehr über Facebook werben und vor allem experimentierfreudiger agieren. Besonders investieren werden Unternehmen in Lookalike-Audiences, um Personen zu ermitteln, die bisherigen Kunden und Website-Besuchern ähneln. Ein weiterer Zuwachs ist bei YouTube-Videowerbung für Mobilgeräte und beim Retargeting von LinkedIn-Kunden auf Instagram zu erwarten.

6. KI wird mit Finanzkunden interagieren

Jeder dritte Vermarkter aus dem Finanzbereich will Untersuchungen zufolge Künstliche Intelligenz für die Verbesserung des Kundenerlebnisses einsetzen. Die Gründe sind unter anderem, dass sie sich einfachere Nutzerschnittstellen versprechen und damit insgesamt eine bessere Betreuung.

„Soziale Netzwerke wurden in der Finanzbranche bisher hauptsächlich zur Verbreitung von Inhalten genutzt, nun erkennen Entscheider nach und nach ihren positiven Beitrag zur Wertschöpfung“, sagt Markus A. Böhm, Sales Director DACH bei Hootsuite. „Sie haben vor allem gemerkt, dass die Macht der Suchmaschinen weiter abnimmt und sich Konsumenten immer mehr in sozialen Netzwerken zu Produkten und Dienstleistungen informieren. Daher arbeiten 2018 viele Entscheider daran, dass ihre Marke in den sozialen Medien sichtbar wird und sie ihre Kunden auch hier abholen.“

Der globale Report „Social-Media-Trends für Finanzdienstleister 2018“ stützt sich auf eine interne Analyse der Hootsuite-Kunden aus der Finanzbranche, qualitativen Interviews mit 15 Branchenspezialisten sowie die Analyse weltweit erhobener Daten von unter anderem Juniper Research, Forrester, Accenture und comScore.

Über Hootsuite

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 16 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an acht internationalen Standorten mit knapp 1.000 Mitarbeitern vertreten. Die Plattform liefert zentral Content aus, misst und analysiert Social-Media-Aktivitäten in Echtzeit und ist um über 100 Business-Applikationen wie SAP Hybris, Adobe Creative Cloud und Adobe Stock erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von bis zu 35 angeschlossenen sozialen

Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, YouTube, Instagram, WeChat und Wordpress und kann auf die spezifischen Erfordernisse von Unternehmen angepasst werden. So bauen Anwender Kundenbeziehungen auf, analysieren die Bedürfnisse des Marktes und steigern ihren Umsatz. Weitere Informationen unter www.hootsuite.com/de