



Kommunikation als Chefsache: Kundenbindung über Blogartikel mit wertvollen Tipps.



Früh in die digitale Welt – das entscheidende Mittel bei Wettbewerbsdruck.

Carola Freese leitet eine Fleischerei mit Restaurant und Partyservice und ist für 10 Angestellte verantwortlich. Das Geschäft läuft gut. Aber das war harte Arbeit. Wer sich behaupten will, braucht einen selbstbewussten Auftritt. Klassische Medien wie Zeitungen, Prospekte und Handzettel reichten als Werbemaßnahmen nicht mehr aus. Essideen Freese suchte deshalb bereits 1999 den Weg in die digitale Welt. Mit einer ersten Homepage wandte sich die Fleischerei bewusst an Kunden und präsentierte die umfangreichen und saisonal wechselnden Angebote.

Digitale Nähe zum Kunden: Homepage, Onlineshop und digitaler Talk.

Auf die Homepage folgte der Onlineshop und Essideen Freese lernte die harten Gesetze des Onlinehandels kennen: Nur Produkte mit Alleinstellungsmerkmal finden Beachtung und können auf dem gigantischen Markt überleben. Das Unternehmen schuf kurzerhand die erste deutsche Internetwurst, die „World-Wide-Wurst“. Die Medien wurden aufmerksam und berichteten über Essideen Freese. Die Unternehmerin rief schon früh zum digitalen Austausch auf, um die Kommunikation mit ihren Kunden und potenziellen Neukunden anzukurbeln: Die „Talkpfanne“ beantwortete Fragen zu den Produkten, und so gelang es auch dem Hobbykoch zu Hause, das perfekte Steak zu servieren.

Viral zum Erfolg – mit Blogartikeln und Social-Media-Aktivität.

Auf den Talk folgte der Blog mit dem animierenden Titel: „Essen kommen!“ Endlich stellte sich der gewünschte Erfolg ein. Carola Freese konnte nun eigenständig Nachrichten schreiben und bebildern und war nicht länger auf eine externe Agentur angewiesen. Die Kommunikation wurde zur Chefsache. Innerhalb von 10 Jahren kamen weit über 2.000 Blogartikel zusammen und die Firmenseite wird täglich zwischen 3.000 und 5.000 Mal besucht. Später kamen die sozialen Medien als Kanäle hinzu und wurden schnell zum Selbstläufer. Wie Verkäufer tragen sie die Botschaften aus dem Blog „Essen kommen!“ nach außen und werben so neue Kunden.

Digitalisierung als Selbstverständlichkeit – für eine erfolgreiche Betriebsführung.

Fast alles läuft mittlerweile online: Reservierungen, Buffetbestellungen, Vormerkungen. Die Stammkundschaft ist beständig. Und sie wächst kontinuierlich. Das Unternehmen behält die Entwicklungen in der modernen Markenkommunikation immer im Blick. Freese wird nicht müde, sich in neue digitale Strategien einzuarbeiten, denn sie weiß, wie viel Profit davon abhängt. Eine erfolgreiche Betriebsführung wäre für Essideen Freese ohne Digitalisierung nicht mehr vorstellbar.



„Die Digitalisierung hat mein Geschäft gerettet. Wir erreichen die Kunden da, wo sie wirklich sind – im Netz – und können sie dort mit ihren Anforderungen und Bedürfnissen punktgenau abholen.“

Carola Freese

Inhaberin von Essideen Freese, Restaurant und Partyservice

Ansprechpartner

**Kompetenzzentrum
Digitales Handwerk
Schaufenster Nord
BFE-Oldenburg**
Dipl.-Ing. Rainer Holtz
Donnerschweer Str. 184
26123 Oldenburg
r.holtz@bfe.de
www.handwerkdigital.de

Unternehmen

**Essideen Freese, Restaurant
und Partyservice**
Inhaberin Carola Freese

Goldenstedter Str. 9
49429 Visbek
info@essideen.net
www.essideen.net

Das Projekt **Kompetenzzentrum Digitales Handwerk** ist Teil des Förderschwerpunktes „Mittelstand-Digital – Strategien zur digitalen Transformation der Unternehmensprozesse“, der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) initiiert wurde, um die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und im Handwerk voranzutreiben.

Weitere Informationen zum Förderschwerpunkt finden Sie unter mittelstand-digital.de