

**Untersuchung der Eignung des Social Media
Dienstes Facebook und von
Suchmaschinenmarketing Aktivitäten zur
Kundengewinnung durch KMU's im Bauwesen**

Master-Thesis zur Erlangung des akademischen Grades
Master of Business Administration in Bauwirtschaft
eingereicht am Department für Bauen und Umwelt
der Donau-Universität Krems

Marta Pich
Krems, am 29. Juli 2016



Abstract – Master-Thesis

Titel: Untersuchung der Eignung des Social Media Dienstes Facebook und von Suchmaschinenmarketing Aktivitäten zur Kundengewinnung durch KMU's im Bauwesen

Untertitel:

Name AutorIn:

Marta Pich (Matr. Nr.: 1464328)

Seitenanzahl: 142 inkl. Anhang

Name AutorIn:

Seitenanzahl:

Hintergrund: Für Unternehmen des Bauwesens besteht die Herausforderung darin, genau abzuwägen mit wem sie kommunizieren wollen, welche Medien dazu genutzt werden sollten und was kommuniziert werden soll. Zudem müssen sie abwägen welches Budget und welche personellen Ressourcen sie sich leisten können in die Werbung zu investieren und wie dabei das beste Kosten/Nutzenverhältnis erzielt werden kann. Diese Arbeit beschäftigt sich mit dieser Problemstellung für KMU's im Bauwesen mit Schwerpunkt auf Social Media Aktivitäten sowie Suchmaschinenmarketing als Maßnahmen zur Kundengewinnung.

Hypothese/ Forschungsfragen: Social Media und Suchmaschinenmarketing erzielen das beste Kosten/Nutzenverhältnis für KMU's des Bauwesens das sie mit wenig personellen und finanziellen Ressourcen umgesetzt werden können, dabei eine große Reichweite und genaues Targeting ermöglichen und genau dort präsent sind wo Interessenten zuerst nach Informationen suchen. Die Forschungsfragen lauten: Welche Rolle spielen die Bereiche Social Media und Suchmaschinen für die Informationsbeschaffung über Produkte und Dienstleistungen im Bauwesen? Inwieweit werden auf dem österreichischen Markt der Social Media Dienst Facebook und Suchmaschinenmarketing bereits von Klein- und Mittelunternehmen des Bauwesens genutzt? Gegenüberstellung und Vergleich der spezifischen Merkmale als Werbemedium von Facebook- und Suchmaschinenmarketing. Ableitung von Chancen und Risiken des Einsatzes von Facebook- und Suchmaschinenmarketing zur Kundenakquise durch Unternehmen des Bauwesens. Inwieweit sind Facebook und Suchmaschinenmarketing als Maßnahmen zur Kundenakquise durch Unternehmen des Bauwesens empfehlenswert?

Methode: Analyse statistischer Daten, Abhandlung anhand von Fachliteratur sowie Gegenüberstellung von empirisch gewonnenen Erkenntnissen (Umfrage).

Erwartete Ergebnisse: Die im Zuge dieser Arbeit gewonnenen Erkenntnisse sollen einen starken Praxisbezug erhalten. Ziel ist es eine Empfehlung an KMU's in Bezug auf den Einsatz von Social Media sowie Suchmaschinenmarketing für Werbezwecke abzugeben.

BetreuerIn: Mag. Helmuth Fink

Weitergabe gesperrt: Ja | Nein

Datum:

Schlagwortkatalog: