**MHK Group bietet drei neue Dienstleistungen für das digitale Marketing**

**Dreieich, 4. Dezember 2020:** Laut Statistik besuchen Kunden nur noch 1,5 Küchenstudios, bevor sie sich zum Kauf entscheiden. Ein Grund dafür: Die Interessenten – laut einer KPMG-Studie sind es 87 Prozent – informieren sich vorab umfassend im Internet. Ob Webseite, Social Media, Rezensionen, Blog oder digitaler Kataloge, online bieten sich viele Möglichkeiten, mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten und aus Interessenten echte Käufer zu machen.

„Für das digitale Küchenstudio gelten im Grunde die gleichen Regeln wie in der realen Welt“, betont Kirk Mangels, der als MHK-Vorstand unter anderem die Bereiche Marketing und Digitalisierung verantwortet. „Es braucht einen guten Standort, eine Ausstellung, die die Erwartungen der Kunden trifft und eine gute Vernetzung vor Ort.“ Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Marketings für den qualifizierten Fachhandel erweitert die MHK Group ihr Angebot kontinuierlich und stellt ihren Partnern mit dem virtuellen Studiorundgang, dem Social Media Assistent und der Technik des sogenannten Net Promotor Score gleich drei neue Dienstleistungen zur Verfügung.

Der neue virtuelle Rundgang, der auf der Homepage eingebunden werden kann, macht das Studio für Interessenten noch vor dem ersten Schritt ins Geschäft erlebbar. Über sogenannte Infopoints lassen sich weitere Informationen, Videos und Bilder zu Produkten oder dem Unternehmen ergänzen. Ein wichtiger Baustein, um Kompetenz zu demonstrieren und Vertrauen zu schaffen.

Ein weiterer wichtiger digitaler Touchpoint sind die sozialen Medien. „Viele unserer Gesellschafter haben bereits tolle Kanäle und machen einen sehr guten Job“, lobt MHK-Social-Media-Experte Torsten Racky. „Andere sind dabei, solche Kanäle aufzubauen.“ Der neue Social Media Assistent leistet hier wertvolle Hilfe und bietet neben Themen und Inhalten auch Best Practice-Beispiele. Darüber hinaus geben verständliche Anleitungen Tipps zum Aufbau und zur Pflege der verschiedenen Social-Media-Kanäle.

Und mit der Technik des Net Promoter Score können die MHK-Gesellschafter künftig ihr Empfehlungsmarketing weiter optimieren. Denn das neue Tool liefert anhand einer einzigen Frage, die beispielsweise per E-Mail an Kunden verschickt wird, eine weitere wichtige Kennzahl, um die Kundenzufriedenheit zu ermitteln. „Eine einfache Methode, die dem Fachgeschäft ein wertvolles Ergebnis liefert“, wie Torsten Racky betont. In Ergänzung zu den Google-Rezensionen und der Sammlung von Kundenstimmen durch KennstDuEinen erhält der Unternehmer so einen umfassenden Überblick darüber, wie zufrieden seine Kunden sind und ob sie ihn weiterempfehlen.

„Der digitale Auftritt und die Kommunikation mit potenziellen Kunden im Internet hat mit der Corona-Pandemie noch einmal deutlich an Bedeutung gewonnen“, so Kirk Mangels. „Mit den neuen Instrumenten agieren unsere Gesellschafter höchst professionell und sie helfen ihnen dabei, sich auch im Internet durch Kompetenz und Authentizität vom Wettbewerb abzuheben.“