



Wie vermarkte ich eine Schönheitsklinik in den sozialen Medien?

24.01.2018 | Die Studierenden der Internationalen Betriebswirtschaft erarbeiteten innerhalb von knapp drei Monaten ein Social Media Konzept für die Klinik auf der Karlshöhe. Fünf studentische Teams präsentieren vor dem Facharzt für Ästhetisch-Plastische Chirurgie Dr. Christian Fitz und den Professoren Dr. Christina Ocampo und Gerold Frick.

„Das Schönheitsideal hat sich verändert, immer mehr Menschen wollen etwas an sich verändern um den „perfekten Körper“ zu haben“, so beginnt die Studentin Anna Haller ihre Präsentation. Die studentischen Teams stellen unterschiedliche Ergebnisse und Social-Media-Marketingstrategien vor. Beliebte Social-Media-Kanäle aus Sicht der Studierenden sind Facebook, Instagram und Youtube. Hier soll die Schönheitsklinik ihrer Meinung nach verstärkt neben der bereits bestehenden Website werben. Aber auch Pinterest sei ein geeignetes Medium um die Zielgruppe Frauen mittleren Alters anzusprechen. Influencer Marketing mit Prominenten ist ebenso eine Idee der Studierenden um die Internetpräsenz der Schönheitsklinik zu erhöhen.

Das vierte Semester besuchte im Rahmen des Marketingprojekts zu Beginn des Semesters die Schönheitsklinik um sich ein Bild vor Ort zu verschaffen und um von Dr. Fitz gebrieft zu werden. Praxisprojekte sind beliebt bei Studierenden, da sie einen Einblick in das Berufsleben ermöglichen.

Professor Frick schließt mit den Worten, dass die Studierenden ein „Feuerwerk an Ideen“ geliefert hätten und auch der Auftraggeber Dr. Fitz ist mit seinen externen Marketingberatern sichtlich zufrieden.