

SOCIAL MEDIA

EFFEKTIV

EINSETZEN

Dr. Dipl.-Medienwirt Alfred-Joachim Hermanni



Coaching Direct
Personal- und Unternehmensberatung

**Social Media ist
KEINE MODEERSCHENUNG!**



**Social Media ist heute
STÄRKSTE AKTIVITÄT IM NETZ!**

46, 1 Mio. Bundesbürger sind online!



Im Durchschnitt werden Social Networks
ca. 5'30 Stunden pro Monat genutzt.



74% der deutschen Onliner sind Mitglied eines Social Networks.

92% der Social Networker zählen zu der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen.



In Deutschland besitzt jeder 4. Haushalt mindestens 1 Smartphone.

Mobile-Nutzer surfen zu rund 50% in Social Networks.

GRUND-ERKENNTNISSE

- Social Media **verändert die Einstellungen/das Kommunikationsverhalten von Menschen.**
- Menschen **lernen voneinander** (Wissenstransfer) und entwickeln dabei **neue soziale Muster.**
- **Jeder kann sich engagieren** und Content einstellen (Niemand hat ein Kommunikationsmonopol).
- Social Media Menschen sind **häufig besser über Produkte/Dienstleistungen informiert** als die Mitarbeiter der Unternehmen.

GRUND-ERKENNTNISSE

- Unternehmen nutzen Social Media zur **Imagebildung/Steigerung Bekanntheitsgrad**.
- Eine **Kommunikation** über Unternehmen/Produkte/Dienstleistungen **findet immer statt**, egal ob es dem Unternehmen passt oder nicht.
- Social Media kann den **Warenabsatz fördern**. Jede 2. Produktbestellung kommt aus dem Web.
- Social Media ersetzt Teile der klassischen Werbung; Kunden **geben Bewertungen ab**.



GLOBAL ADVENTURE Web 2.0



WORDPRESS.COM



Wichtige PLAYER

- ❖  **Weltgrößte Suchmaschine** (Marktanteil über 80 %) mit diversen Töchtern:
 -  (500 Mio. Mitglieder)
 -  (4 Mrd. Aufrufe/Tag)
- ❖  **Online-Community** zur Pflege sozialer Kontakte mit circa 1 Mrd. Mitglieder.
- ❖  **Anwendung zum Microbloggen.** Twitter „pflegt“ rund 500 Mio. Accounts.
- ❖  **Businessnetwork** 12 Mio (6 BD).

WAS ÄNDERT SICH

IM VERTRIEB +

BEIM MARKETING?



Klassische WERBUNG ist out

- **78% der Konsumenten vertrauen** primär Empfehlungen aus dem **privaten Umfeld**.
- **90% der TV-Seher drücken Werbung weg**, wenn es ihnen technisch möglich ist.
- Nur **14% der Konsumenten vertrauen grundsätzlich** der Werbung.
- Werbung wird zunehmend durch einen **Mix aus Branding (Marke), Empfehlungen, Erfahrungen, Meinungen** ersetzt.



Eine Homepage reicht nicht aus!

Kunden ändern sich durch Web 2.0

- ❖ Kunden werden **individueller + informativer**, suchen einen direkten Kontakt zu Experten.
- ❖ Sie nutzen das **Internet zur Vorabinformation** (z.B. Firmenpräsentationen bei You Tube) .
- ❖ Klassischer **Verkäufertypus entfällt** zunehmend (neue Konsumentenmuster entstehen).
- ❖ Jeder 3. Kunde ist **Selbstentscheider**. Unternehmen stellen sich darauf ein.

DAX-Konzerne nutzen Social Media

- Die meisten Konzerne besitzen Accounts bei **Facebook**, **Twitter** und **YouTube**.



Jeweils 13 Mio. Kontakte bei

Facebook, keine 100.000 Followers bei Twitter.

- Andere **Konzerne agieren zögerlich oder** haben noch wenige Followers/Friends.



SIEMENS

Keine 100.000 Facebook-Kontakte!

MARKETING + VERTRIEB

The logo for O2, consisting of a large blue 'O' with a smaller '2' below it.

betreibt einen **Live-Kundenservice** via Twitter und verkauft nebenbei Tickets für Konzerte.



hat über Facebook tausende von „**Dusch-Botschafter**“ gefunden, die Bilder/Videos ins Netz einstellen, wie sie ihre Dusche nutzen.




Weinhändler lassen **Verköstigungen** via Twitter/Facebook **live kommentieren**.



Burberry schaltete eine **Werbekampagne über Facebook** und 10 Mio. Menschen gefiel es.

MARKETING + VERTRIEB

facebook Einstellungen Abmelden



Burberry
Beleidung


Pinnwand

Teilen: **Beitrag**

Schreib etwas ...

Burberry
Burberry men's accessories - the perfect gift for Valentine's Day <http://bit.ly/zm7CLw>

Übersetzung anzeigen




Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · vor 21 Stunden ·

Samira Ramazanova und 11,478 anderen gefällt das.

Alle 411 Kommentare anzeigen 583 Mal geteilt

Schreibe einen Kommentar ...

Burberry hat 6 neue Fotos zu dem Album Burberry Spring/Summer 2012 Accessories Collection hinzugefügt.



Burberry

Seite erstellen

Pinnwand Burberry · Alle (Neueste Beiträge)

Schreib etwas ...

10.632.760
gefällt das

191.735
sprechen darüber

ABSATZFÖRDERND (Beispiele)



Gastronomie (Restaurants, Bars, Clubs) stellen tägliche Angebote ein.



Sportvereine/Sportler posten ihre News. FC Bayern  hat 3 Mio. Likes (Facebook).



Künstler (Musiker, Schauspieler, Maler, Autoren etc.) bewerben ihre Auftritte, Werke.



Politiker betreiben Wahlkampf.



Personen öffentlichen Interesses werben um Zustimmung.

KUNDENSTRATEGIE

KUNDENNUTZEN

AUTHENTIZITÄT

EMPATHIE

WERTSCHÖPFUNG

KUNDENSTRATEGIE

- (1) ÖFFNEN SIE SICH DEM **DIALOG!**
- (2) AGIEREN SIE **INTUITIV!**
- (3) BAUEN SIE **VERTRAUEN** AUF!
- (4) FORMULIEREN SIE IN „**WIR**“-**FORM!**
- (5) BIETEN SIE EINEN **MEHRWERT!**

Leitsätze zum VERTRIEB

- ❖ Unternehmen benötigen eine **spannende Vertriebsidee, eine USP** und ein **virales Marketing-Konzept**. Sonst nimmt Sie der potenzielle Kunde nicht ausreichend wahr.
- ❖ Unternehmen sollten auf den Social Media-Portalen **erst zuhören, danach anbieten und verkaufen**.
- ❖ Verhalten Sie sich auf den Plattformen wie **Partyveranstalter** und **Content-Anbieter** (nicht wie klassische Werbeagenturen).

Tips zur POSITIONIERUNG

- ❖ Legen Sie exakt eine **Zielgruppe** fest, die durch Social Media-Aktivitäten erreicht werden soll.
- ❖ Bestimmen Sie die **Marketingziele** (z.B.): Kundenkommunikation, Produktneuheit, Branding, Verkaufspromotion, Recruiting.
- ❖ Erarbeiten Sie ein **Redaktionsprogramm** zur Planung sowie Veröffentlichung der Postings.
- ❖ Setzen Sie ein **Monitoring-Tool** ein zur Auswertung und Beobachtung des Wettbewerbs.

MARKETING-/VERTRIEBSMIX

Direkte Kunden (z.B. Bestandskunden)

Kunden
(Internet)

Produkt/Dienstleistung

Interessenten
(Social Media)

Multiplikatoren (z.B. Vertriebskontakte)



SOCIAL MEDIA KOSTET ZEIT!

ZEITFENSTER SOCIAL MEDIA

COMMUNITY
Aufbau/Pflege

ÖFFENTLICH-
KEITSARBEIT

PROMOTION
Senden/Talk/Chat

INFOS
Abrufen/Passiv

30' - 60' Min/Tag

30' - 60' Min/Tag

ca. 15' Min/Tag

ca. 15' Min/Tag

facebook

LinkedIn

XING

twitter

NING



WORDPRESS.COM

YouTube

Blogger

openPR
Das offene PR-Portal

flickr

twitter

digg

hulu



skype

Windows Live

Google alerts

socialmention*

kress
Der Mediendienst

WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

wkw-Mobil

ZEITFENSTER

- Wie viel Zeit wollen Sie täglich **in Social Media investieren?**
- Und wie viel **Zeit für andere, herkömmliche Kundenkontakte** via Telefonverkauf, Mailings, Werbebriefe etc.?
- Und wann **erledigen Sie Ihre Managementaufgaben** wie Planung, Organisation, Disposition, kaufmännische Kontrolle?



NOCH FRAGEN?



Dr. Dipl.-Medienwirt Alfred-Joachim Hermanni



Coaching Direct
Personal- und Unternehmensberatung