

Werbung2.0

Erfolgreiches Onlinemarketing
mit Twitter, Xing, Facebook & Co

Daniel Steffen



**eBusiness Agentur seit
2003**

Webentwicklung

- Webseitengestaltung
- CMS
- Hosting

Design

- Webdesign
- Corporate Design
- Printdesign

Marketing

- Suchmaschinenmarketing
- E-Mail Marketing
- Social Media Marketing

„Die Marketingwelt befindet sich mitten in einem radikalen Umbruch“

Case-Study: United Airlines



Case-Study: Dell



Social Media Marketing

flickr

facebook

myspace.com™
a place for friends

XING

LinkedIn

twitter

WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

YouTube

schülerVZ studiVZ meinVZ

Google

Social Media Marketing

Definition

Alle (Online-) Marketingaktivitäten, mit deren Hilfe über sog. „soziale Webseiten“ eigene Leistungen, Produkte oder Marken bekannter gemacht werden

Charakteristik

- Inhalte werden nicht mehr einseitig von Webseitenbetreibern erstellt
- Einfache technische Handhabung
- Meist kostenlos

Markt

86% der 14 bis 29 Jährigen nutzen soziale Medien (weltweit 729 Mio. User)



Was ist das?

Business Netzwerk mit über 7 Mio. Nutzern in DE

Was sind meine Möglichkeiten > Vorteile?

- Erweiterung der Visitenkarte
- Knüpfen und Intensivieren von Kontakten
- Neukundenakquise/Mitarbeitersuche
- Feedback und Interessenaustausch über Gruppen und Foren

Wer nutzt XING > Zielgruppe?

- Geschäftsführer & Manager
- Mitarbeiter & Kollegen
- Gründer & Selbstständige
- Studenten & Absolventen

XING Profil Norbert Forster



218 0

Ausloggen | Hilfe & Kontakt | Deutsch

Suche nach Name, Firma etc.

Suchen

Start Suche Nachrichten Kontakte Gruppen Events Jobs Unternehmen Best Offers

Ihre Verbindung zu Norbert Forster



Daniel Steffen
novinet® GmbH & Co. KG



Norbert Forster
Existenzgründerzentrum
Ingolstadt GmbH

Zeige alternative Verbindungen: "Was wäre, wenn diese Person kein direkter Kontakt wäre"



Norbert Forster
Geschäftsführer / CEO
Existenzgründerzentrum Ingolstadt GmbH
Marie-Curie-Str. 6, 85055 Ingolstadt,
Deutschland
☎ +49-0841-9014-100
🕒 Ortszeit: 13:52

Meine Tags:
Vergeben Sie Tags, wie z. B. Kunde,
privat, London, um Ihre Kontakte
besser sortieren zu können.

Notizen:
liebe Grüße vom Nachbarn aus
dem U37.
Grüß, Daniel Steffen

Nachricht schreiben
 Vorstellen

Einstellungen
🔘 Datenfreigabe bearbeiten

- Optionen**
- 🔘 Standort zeigen
 - 🔘 Route zeigen
 - 🔘 vCard herunterladen
 - 🔘 Kontakt löschen
 - 🔘 In eine Gruppe einladen

Businessdaten Bestätigte Kontakte (21) Über mich Gästebuch Applikationen

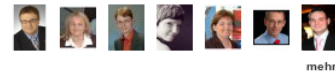
Persönliches

Organisationen
Sprecher der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Technologie- und Gründerzentren (ArGe TGZ) Auditor im Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren ADT e.V. Vorstandsvorsitzender im Beraterpool Ingolstadt e.V. Initiator / Jurymitglied des Businessplanwettbewerbs der Region 10 (bpw10) Rotary Club Mitglied Distrikt 1840 Ingolstadt

Berufserfahrung

1997 - heute **Geschäftsführer / CEO** (Vollzeit, Geschäftsführer (GF, CEO etc))
Existenzgründerzentrum Ingolstadt GmbH, <http://www.egz.de>

Gemeinsame Kontakte: 8



Bestätigte Kontakte: 21



XING Gruppe „Audi“



218 0

Ausloggen | Hilfe & Kontakt | Deutsch

Suche nach Name, Firma etc.

Suchen

- Start
- Suche
- Nachrichten
- Kontakte
- Gruppen**
- Events
- Jobs
- Unternehmen
- Best Offers

Gruppe: AUDI - Vorsprung durch Technik

Über diese Gruppe

» XING-Header minimieren



Über diese Gruppe

AUDI – Motorsport, Technik, Design und Emotionen!



Jetzt Mitglied werden! Diese Gruppe merken

In dieser Gruppe sind Sie kein Mitglied.

Gruppe besteht seit:	08.02.2008
Mitglieder in dieser Gruppe:	6.404
Artikel in dieser Gruppe:	46.908
Sprachen:	Deutsch

Einstellungen dieser Gruppe

Teilnahme freischaltungspflichtig:	nein
Gruppensichtbarkeit:	nur XING-Mitglieder
Artikel lesen:	nur Gruppenmitglieder
Artikel schreiben:	nur Gruppenmitglieder

Moderiert von:

Florian Cichon
TÜV Rheinland Plus GmbH

facebook

Was ist das?

Soziales Netzwerk mit über 6,2 Mio. Nutzern in DE

Was sind meine Möglichkeiten > Vorteile?

- Präsenz für Kunden & Interessenten
- Interaktion mit anderen Nutzern
- Bindung der Nutzer durch Fanseiten

Wer nutzt Facebook> Zielgruppe?

- Überwiegend Privatpersonen
- 29% der User 18 bis 24 Jahre
- 54% der User 25 bis 44 Jahre
- Vorstufe oder gleitender Übergang zu XING

Coca Cola bei Facebook

The screenshot shows the Facebook interface for the Coca-Cola page. At the top, the navigation bar includes 'facebook', 'Startseite', 'Profil', 'Freunde', 'Postfach', 'Daniel Steffen', 'Einstellungen', 'Abmelden', and a search box. Below this, the page header for 'Coca-Cola' features a profile picture, a 'Ein Fan werden' button, and tabs for 'Pinnwand', 'Info', 'Coca-Cola', 'Feeds', 'Fotos', and 'Diskussionen'. The main content area is dominated by a large banner for 'EXPEDITION 2006' with the tagline 'happiness goes around'. The banner features a Coca-Cola bottle, a globe, and a group of people. Text on the banner reads '365 DAYS. 206 COUNTRIES. 1 MISSION. Which team goes? You decide.' and 'VOTE NOW'. Below the banner, there are social media links for 'Find Us On: Twitter, MySpace, YouTube, Bebo' and a 'Teilen' button. To the right of the banner, there is a 'refreshing feeds' button. Below the banner, there are three smaller promotional images: one for a mobile app 'Spin the Coke Bottle', one for 'Open Happiness' featuring a group of people, and one for 'Yeah yeah La La La' featuring a bearded man and a Coca-Cola bottle. On the right side of the page, there is a sidebar with the heading 'Werbeanzeige erstellen' and a section titled 'Gib jemandem ein Geschenk' with an image of a lip balm and text stating 'Das Geschenk „Lip Balm“ ist jetzt im Geschenkeladen erhältlich.' Below this, there is a link for 'Weitere Werbeanzeigen'.

Wirtschaftsjunioren Ingolstadt bei Facebook

The screenshot shows the Facebook interface for the group 'WJIN - Wirtschaftsjunioren Ingolstadt'. At the top, the Facebook navigation bar is visible with the logo and links for 'Startseite', 'Profil', 'Freunde', 'Postfach', 'Daniel Steffen', 'Einstellungen', 'Abmelden', and a search bar. The group's profile picture and cover photo are shown on the left. Below the profile picture are links for 'Jemanden einladen' and 'Gruppe verlassen'. The 'Informationen' section on the left provides details about the group's category ('Organisations - Klubs & Vereine'), a description of the group's purpose, and privacy settings ('Offen: Alle Inhalte sind öffentlich zugänglich'). The 'Mitglieder' section shows '6 von 13 Mitgliedern' and a link to 'Alle anzeigen'. The main content area features a post creation box with the text 'Schreib etwas ...' and a 'Teilen' button. Below this are three posts by 'Karl Ettinger': 1) 'Montag, 19.30 Uhr: Stammtisch der Wirtschaftsjunioren im Audi Forum' (dated So um 22:14), 2) 'INTV: Die Wirtschaftsjunioren beim Finanz und Personalausschuss' (dated Sa um 01:37), and 3) 'Stattzeitung über den Know How Transfer' (dated 30. Oktober um 17:36). A right-hand sidebar contains a 'Werbeanzeige erstellen' section with a 'Gib jemandem ein Geschenk' offer and a 'GET WELL!' balloon graphic.

twitter

Was ist das?

- Microbloggingdienst mit rund 220.000 Nutzern in DE
- Tweets mit 140 Zeichen
- Mitglieder „followen“ Tweets (push)
- Echtzeit-Suche

Was sind meine Möglichkeiten > Vorteile?

- Schnelle Streuung von Informationen
- News zu Marken und Produkte
- Kundenbindung durch Kundenservice
- Marktbeobachtung

Wer nutzt Twitter> Zielgruppe?

- 74% männlich, 78% Abitur
- Ein Viertel Führungskräfte

Twitter Account Donaukurier



Home Profile Find People Settings Help Sign out



donaukurier

✓ Following

Lists ⚙

CSU attackiert FDP bei Gesundheit
<http://bit.ly/1huXJU>

28 minutes ago from twitterfeed

Eier gegen Häuserfassade <http://bit.ly/4vYSrW>

28 minutes ago from twitterfeed

Roller entwendet <http://bit.ly/2DqkWX>

about 1 hour ago from twitterfeed

12-Jährige verfolgt Radldieb <http://bit.ly/2eHaA8>

about 1 hour ago from twitterfeed

Fensterscheibe eingeworfen <http://bit.ly/1VZHcP>

about 1 hour ago from twitterfeed

Schwerer Unfall bei Weinsfeld <http://bit.ly/4AeZaX>

about 1 hour ago from twitterfeed

Bellender Hund löst Rettungseinsatz aus <http://bit.ly/2LKHUJ>

about 1 hour ago from twitterfeed

Name donaukurier.de
Location Ingolstadt
Web <http://www.donaukurier.de>
Bio Unabhängige Zeitung für Politik – Wirtschaft – Kultur – Sport – Lokales in und um Ingolstadt

722 following **531** followers **6** listed

Tweets 11,540

Favorites

Actions
[block donaukurier](#)
[report for spam](#)

Following



[View All...](#)

[RSS feed of donaukurier's tweets](#)

Twitter Account Donaukurier



Home Profile Find People Settings Help Sign out



Medienrechtler

+ Follow

Lists Settings

RT @journalismnews: #Tip of the day from Journalism.co.uk – make multimedia slideshows <http://bit.ly/2vc9aH>

about 4 hours ago from UberTwitter

RT @turi2: BGH erlaubt Springer so genannte "stumme Verkäufer" <http://arm.in/7wE>

1:12 PM Oct 30th from UberTwitter

RT @mir_tweets: Zur Zulässigkeit der Werbekampagne mit "Becker-Bild" zur Einführung der F.A.S. <http://bit.ly/1LF16k> (PM BGH Nr. 223/2009)

12:57 PM Oct 30th from UberTwitter

RT @RAStadler Die urheberrechtliche Abmahnung: Ein neues Geschäftsmodell – lesenswert! <http://tinyurl.com/ygjqf8f>

Name Tim Hoesmann, Anwalt
 Location Berlin
 Web <http://www.presse...>
 Bio Rechtsanwalt, Schwerpunkt Medien- und Presserecht, web 2.0 Fan, Fotograf

763 following 1,592 followers 47 listed

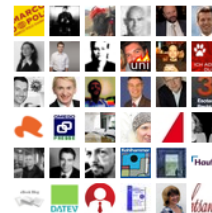
Tweets 738

Favorites

Actions

block Medienrechtler
 report for spam

Following



View All...

Warum eine Social Media Strategie?

- Märkte sind „Gespräche“ > Kundenempfehlungen ersetzen Werbung
- Marktteilnehmer sind informierter und organisierter
- Direkte Kommunikation mit Zielgruppe > Märkte werden persönlicher
- Einfacher Zugang zu Zielgruppen, da User bereits vorhanden

Bedeutung für Ihr Unternehmen

- Neue Kommunikationskultur
- Transparenz
- Kooperation mit Kunden
- > Größeres Markenbewusstsein
- > Höhere Kundenzufriedenheit
- > Höhere Glaubwürdigkeit
- > Bessere Produktqualität
- > Mehr Verkäufe

Erste Schritte

- Zielgruppe recherchieren
- An Gesprächen beteiligen
- Bedürfnisse erkennen und gezielt handeln
- Mit Kunden und Partnern vernetzen
- Möglichkeiten schaffen, damit sich Kunden über Sie und Ihre Produkte austauschen können

Workshop

„Social Media in Action.“

Erste Schritte mit XING, Facebook, Twitter & Co.

Gesprochen wird über Sie, so oder so!

Ergreifen Sie die Chance sich am Gespräch zu beteiligen, denn nur so können Sie davon profitieren.