



Ihr Kompetenzzentrum für Apps





Apps & Social Media

Kurzfristiger Hype oder langfristige Notwendigkeit?



Dr. Ralf Lauterbach - Düsseldorf - Februar 2012

Ist Social Media nur eine
Modeerscheinung oder der größte
Umbruch seit der Industrialisierung?

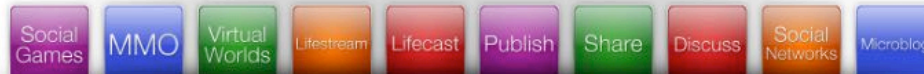




Social Media ist nicht gleich Facebook!



Social Media
LANDSCAPE





Social Media

L A N D S C A P E

Social Games

MMO

Virtual Worlds

Lifestream

Lifecast

Publish

Share

Discuss

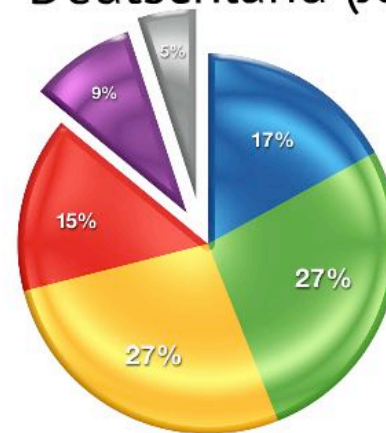
Social Networks

Microblog

Facebook Nutzer in Deutschland in Millionen



Facebook Demographie in Deutschland (Januar 2012)



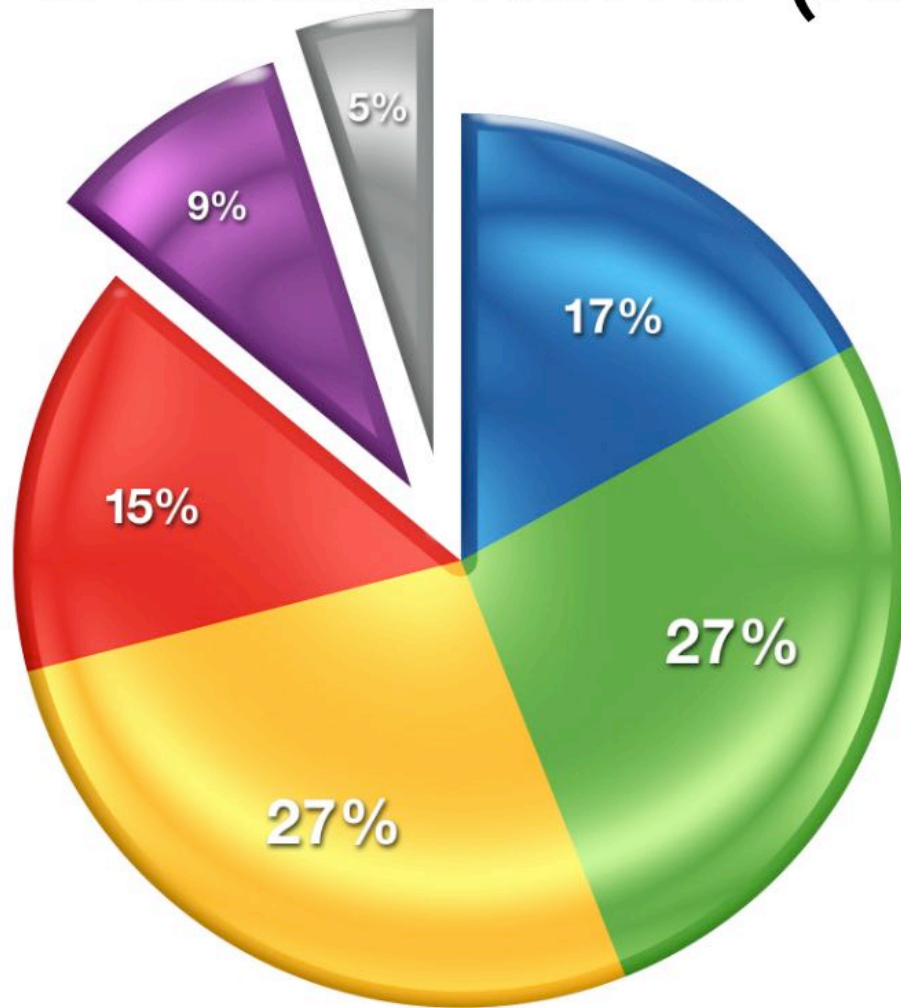
Januar 2012

- 13-17 Jahre
- 18-24 Jahre
- 25-34 Jahre
- 35-44 Jahre
- 45-54 Jahre
- 55+ Jahre

Facebook Nutzer in Deutschland in Millionen



Facebook Demographie in Deutschland (Januar 2012)



Januar 2012

- 13-17 Jahre
- 18-24 Jahre
- 25-34 Jahre
- 35-44 Jahre
- 45-54 Jahre
- 55+ Jahre

Download von
20 Millionen
Apps täglich

800 Millionen
Nutzer weltweit

350 Millionen nutzen
Facebook mobil

50% davon loggen
sich täglich ein



1,75 Milliarden
Bilder werden pro
Woche hochgeladen

4 Milliarden
Inhalte werden
täglich gepostet

Ab 2012
mobile Advertising...

Download von
20 Millionen
Apps täglich

800 Millionen
Nutzer weltweit

350 Millionen nutzen
Facebook mobil

50% davon loggen
sich täglich ein



1,75 Milliarden
Bilder werden pro
Woche hochgeladen

4 Milliarden
Inhalte werden
täglich gepostet

Ab 2012
mobile Advertising...

SOCIAL MEDIA PRO&CONTRA

Positive (Internal) +

Strengths

- direkter Kundendialog
- große Streuung
- kurze Reaktionszeit für Feedback
- geringe Kosten
- verbessert SEO-Performance
- Kunden beeinflussen Kunden bei Kaufentscheidung
- ersetzt traditionelle Marketingmaßnahmen
- Viral!

Negative (Internal) -

Weaknesses

- B2C einfacher als B2B
- Bekanntheitsgrad der Marke wichtig
- niedrigere Conversionrate bei Spezialprodukten
- strategische Einsatzplanung wichtig
- erhöht Personalkosten
- findet nicht nebenbei statt

Positive (External) +

Opportunities

- Social Media Kampagnen erreichen bei minimalem Kostenaufwand eine maximale Anzahl an Personen
- Mitbewerberanalyse schnell möglich
- Marktbeobachtungs-Tool
- Erkennung von Trends
- Neuer Marketingkanal
- Zwei-Wege-Kommunikation

Negative (External) -

Threats

- Vorsicht vor Trollen!
- Kritik ist öffentlich!
- nicht ignorieren, nicht löschen!
- starke Beobachtung nötig
- Internet ist freier und transparenter Markt
- Vorsicht vor Gegenkampagnen oder Datenkauf!
- Pures Raushalten fällt negativ auf!

SOCIAL MEDIA PRO&CONTRA

Positive (Internal) +

Strengths

- direkter Kundendialog
- große Streuung
- kurze Reaktionszeit für Feedback
- geringe Kosten
- verbessert SEO-Performance
- Kunden beeinflussen Kunden bei Kaufentscheidung
- ersetzt traditionelle Marketingmaßnahmen
- Viral!

Negative (Internal) -

Weaknesses

- B2C einfacher als B2B
- Bekanntheitsgrad der Marke wichtig
- niedrigere Conversionrate bei Spezialprodukten
- strategische Einsatzplanung wichtig
- erhöht Personalkosten
- findet nicht nebenbei statt

Positive (External) +

Opportunities

- Social Media Kampagnen erreichen bei minimalem Kostenaufwand eine maximale Anzahl an Personen
- Wettbewerberanalyse schnell möglich
- Marktbeobachtungs-Tool
- Erkennung von Trends
- Neuer Marketingkanal
- Zwei-Wege-Kommunikation

Negative (External) -

Threats

- Vorsicht vor Trollen!
- Kritik ist öffentlich!
- nicht ignorieren, nicht löschen!
- starke Beobachtung nötig
- Internet ist freier und transparenter Markt
- Vorsicht vor Gegenkampagnen oder Datenklau!
- Pures Raushalten fällt negativ auf!

Positive (*Internal*) +

Strengths

- direkter Kundendialog
- große Streuung
- kurze Reaktionszeit für Feedback
- geringe Kosten
- verbessert SEO-Performance
- Kunden beeinflussen Kunden bei Kaufentscheidung
- ersetzt traditionelle Marketingmaßnahmen
- Viral!

Negative (*Internal*) -

Weaknesses

- B2C einfacher als B2B
- Bekanntheitsgrad der Marke wichtig
- niedrigere Conversionrate bei Spezialprodukten
- strategische Einsatzplanung wichtig
- erhöht Personalkosten
- findet nicht nebenbei statt

SOCIAL MEDIA PRO&CONTRA

Positive (Internal) +

Strengths

- direkter Kundendialog
- große Streuung
- kurze Reaktionszeit für Feedback
- geringe Kosten
- verbessert SEO-Performance
- Kunden beeinflussen Kunden bei Kaufentscheidung
- ersetzt traditionelle Marketingmaßnahmen
- Viral!

Negative (Internal) -

Weaknesses

- B2C einfacher als B2B
- Bekanntheitsgrad der Marke wichtig
- niedrigere Conversionrate bei Spezialprodukten
- strategische Einsatzplanung wichtig
- erhöht Personalkosten
- findet nicht nebenbei statt

Positive (External) +

Opportunities

- Social Media Kampagnen erreichen bei minimalem Kostenaufwand eine maximale Anzahl an Personen
- Mitbewerberanalyse schnell möglich
- Marktbeobachtungs-Tool
- Erkennung von Trends
- Neuer Marketingkanal
- Zwei-Wege-Kommunikation

Negative (External) -

Threats

- Vorsicht vor Trollen!
- Kritik ist öffentlich!
- nicht ignorieren, nicht löschen!
- starke Beobachtung nötig
- Internet ist freier und transparenter Markt
- Vorsicht vor Gegenkampagnen oder Datenklau!
- Pures Raushalten fällt negativ auf!

Positive (*External*) +

Opportunities

- Social Media Kampagnen erreichen bei minimalem Kostenaufwand eine maximale Anzahl an Personen
- Mitbewerberanalyse schnell möglich
- Marketbeobachtungs-Tool
- Erkennung von Trends
- Neuer Marketingkanal
- Zwei-Wege-Kommunikation

Negative (*External*) -

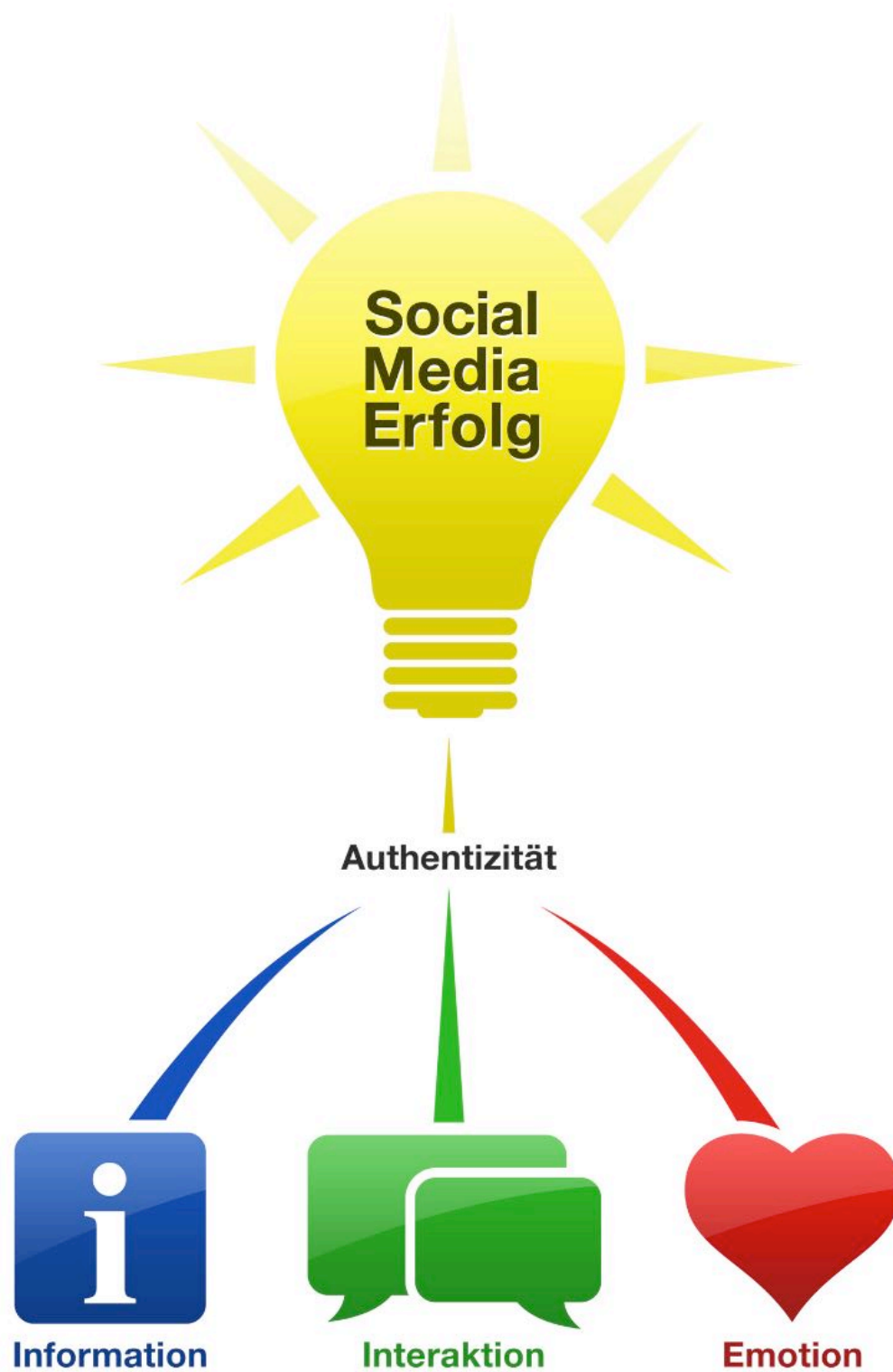
Threats

- Vorsicht vor Trollen!
- Kritik ist öffentlich!
- nicht ignorieren, nicht löschen!
- starke Beobachtung nötig
- Internet ist freier und transparenter Markt
- Vorsicht vor Gegenkampagnen oder Datenklau!
- Pures Raushalten fällt negativ auf!

„Um einen langfristigen Social Media Erfolg zu
verzeichnen, müssen die drei Faktoren Information,
Interaktion und Emotion ineinandergreifen.“

www.goldmedia.com







„Virales Marketing vom Feinsten mit über 20 Mio Downloads weltweit!“

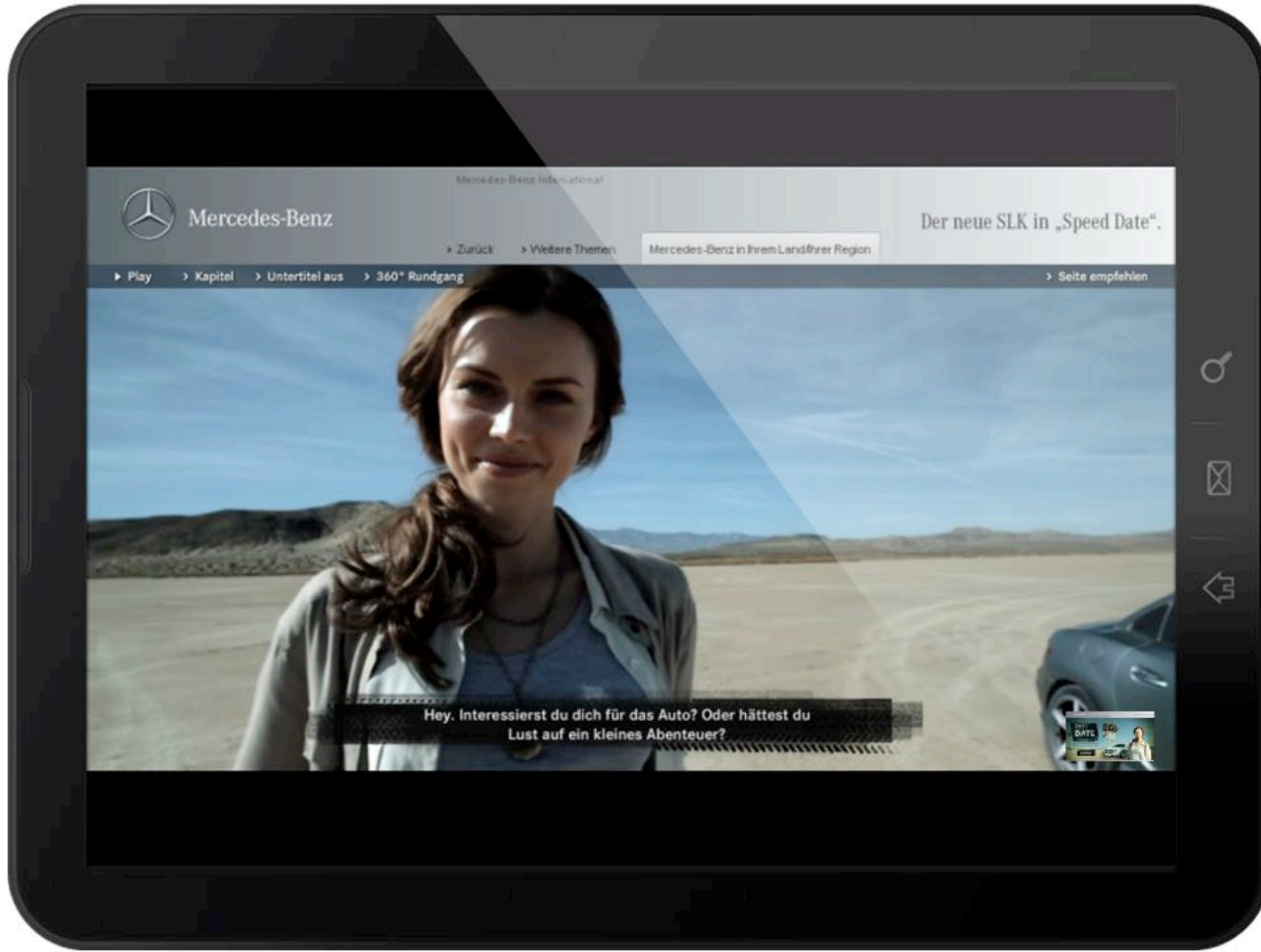


Krones AG – Mittelständisches Unternehmen

...plant, entwickelt und fertigt Maschinen und komplette Anlagen für die Bereiche Prozess-, Abfüll- und Verpackungstechnik sowie Intralogistik...

Charles Schmid erklärt, warum Social Media und Krones zusammenpassen:





Mercedes-Benz





Mercedes-Benz

Der neue SLK in „Speed Date“.

> Zurück

> Weitere Themen

Mercedes-Benz in Ihrem Land/Ihrer Region

SPEED DATE

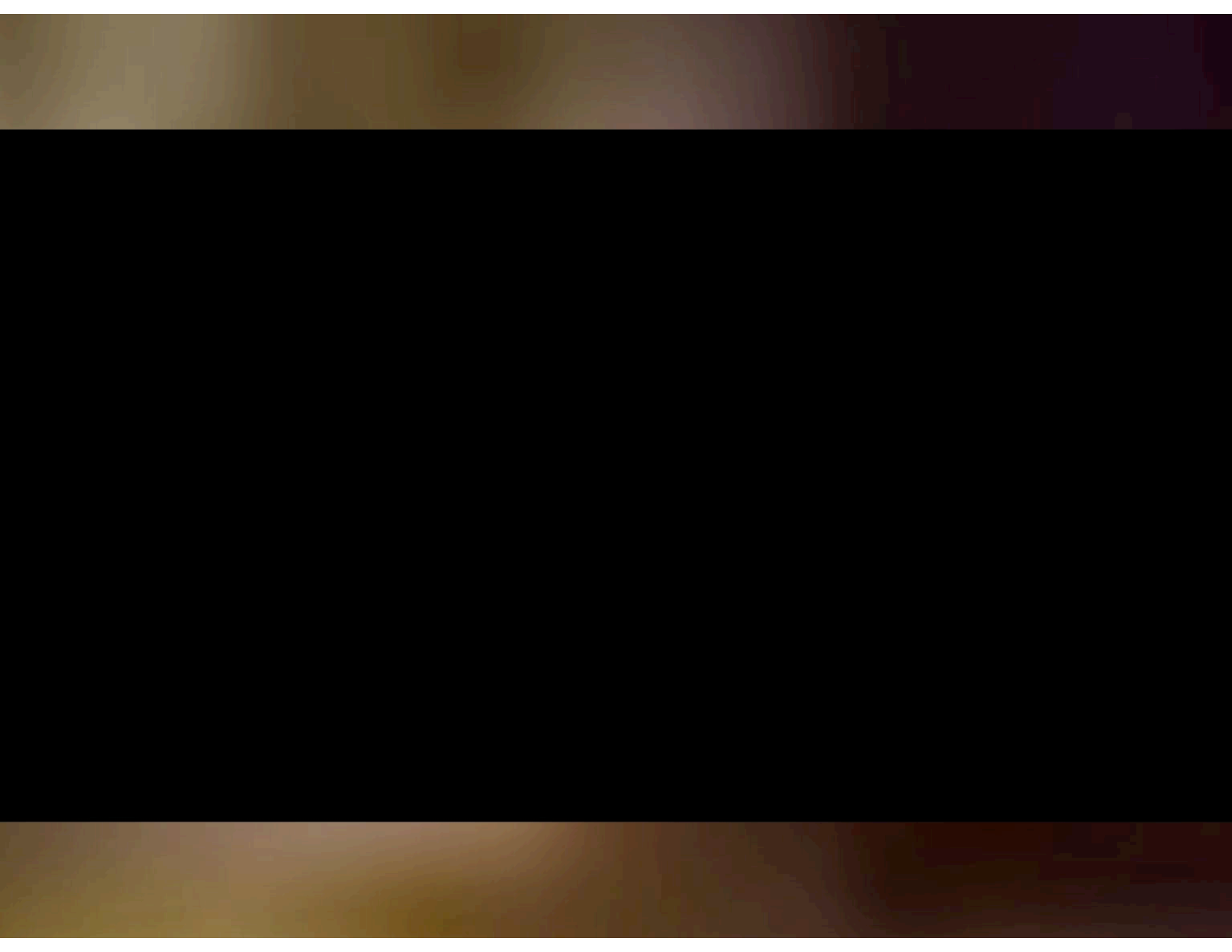
ERLEBEN SIE DEN NEUEN SLK HAUTNAH
IN EINEM INTERAKTIVEN ROAD MOVIE.

STARTEN >



„Virales Marketing vom Feinsten mit über 20 Mio Downloads weltweit!“





Krones AG – Mittelständisches Unternehmen

...plant, entwickelt und fertigt Maschinen und komplette Anlagen für die Bereiche Prozess-, Abfüll- und Verpackungstechnik sowie Intralogistik...

Charles Schmid erklärt, warum Social Media und Krones zusammenpassen:



Mittelständisches Unterneh

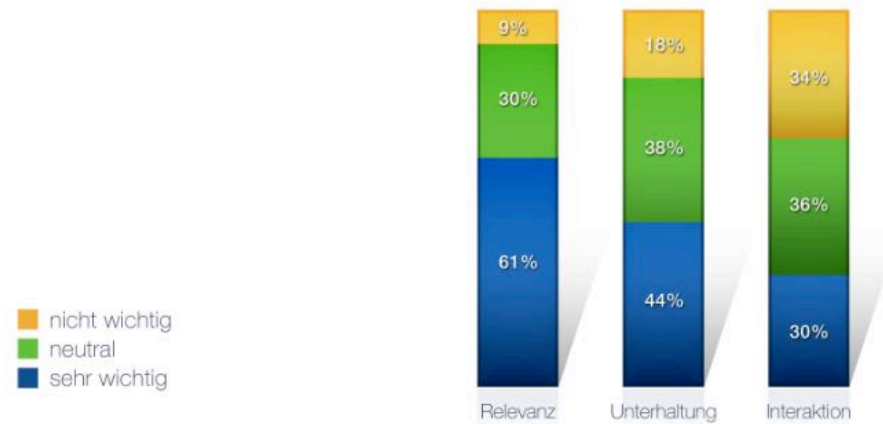
...plant, entwickelt und fertigt Maschinen und komplette Anlagen für die Bereiche Prozess-, Abfüll- und Verpackungstechnik sowie Intralogistik...

Charles Schmid erklärt, warum Social Media und Krones zusammenpassen:



Was Nutzer wollen

„Welche Punkte sind bei der Kommunikation von Unternehmen in sozialen Netzwerken wichtig?“



Umfrage 2011 in Deutschland unter 1035 Internetnutzern
Keylens, 2011

„Social Media ist ein normaler Kommunikationskanal, der mit der Zeit ins Repertoire von Marketing und Vertrieb aufgenommen wird.“

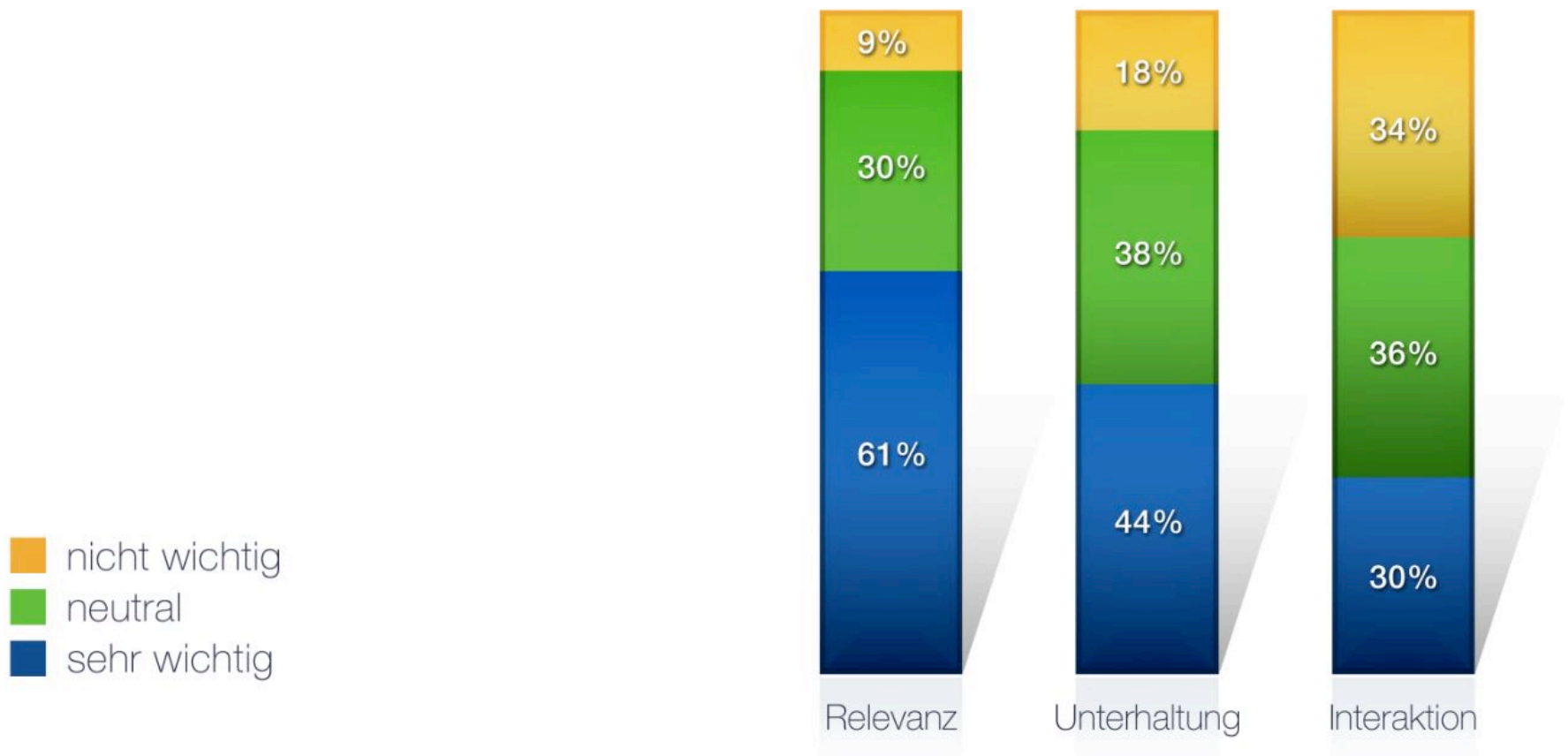
Keylens, 2011

„Eine Unternehmensseite in sozialen Medien wird selbstverständlich. Sobald sie fehlt oder schlecht gemacht ist, fällt das negativ auf.“

Keylens, 2011

Was Nutzer wollen

„Welche Punkte sind bei der Kommunikation von Unternehmen in sozialen Netzwerken wichtig?“



Umfrage 2011 in Deutschland unter 1035 Internetnutzern

Kommunikation 2011

- nicht wichtig
- neutral
- sehr wichtig



Umfrage 2011 in Deutschland unter 1035 Internetnutzern Keylens, 2011

„Social Media ist ein normaler Kommunikationskanal, der mit der Zeit ins Repertoire von Marketing und Vertrieb aufgenommen wird.“

Keylens, 2011

„Eine Unternehmensseite in sozialen Medien wird selbstverständlich. Sobald sie fehlt oder schlecht gemacht ist, fällt das negativ auf.“

Keylens, 2011



„Die Reaktion auf Anschuldigungen und Vorwürfe und eine damit erhoffte Schadensbegrenzung erfordern Erfahrung, Fingerspitzengefühl und Können. Sonst können die negativen Folgen für die Online Reputation enorm sein.“

Netzreputation, 2010



**DELL
HELL**



Pril (Firma Henkel)

Fehlgeschlagener Wettbewerb zur Namensfindung für ein neues Spülmittel



Wie die Aktion anfang - und gründlich schiefging



Geschädigter Passagier singt sich seinen Frust von der Seele

Nestlé



Dell

„Einer der bedeutendsten Web 2.0 Zwischenfälle für ein Unternehmen.“



Pril (Firma Henkel)

Fehlgeschlagener Wettbewerb zur Namensfindung für ein neues Spülmittel



Geschäft

S

Wie die Aktion anfing - und gründlich schiefging





UNITED



Geschädigter Passagier singt sich
seinen Frust von der Seele

www.davecarrollmusic.com

Nestlé



VS.



Dell

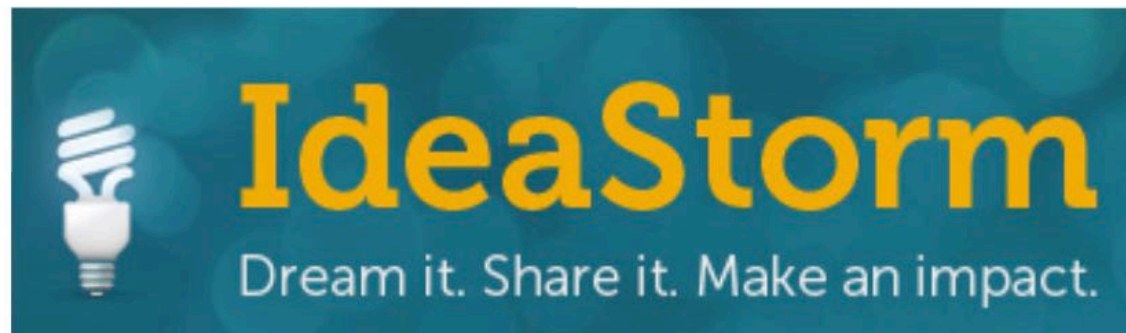
„Einer der bedeutendsten Web 2.0
Zwischenfälle für ein Unternehmen.“



„You Are Being Watched“

Lesson learned!

Aus **DELL**TM  wurde



AUS



WUIGUE



IdeaStorm

Dream it. Share it. Make an impact.





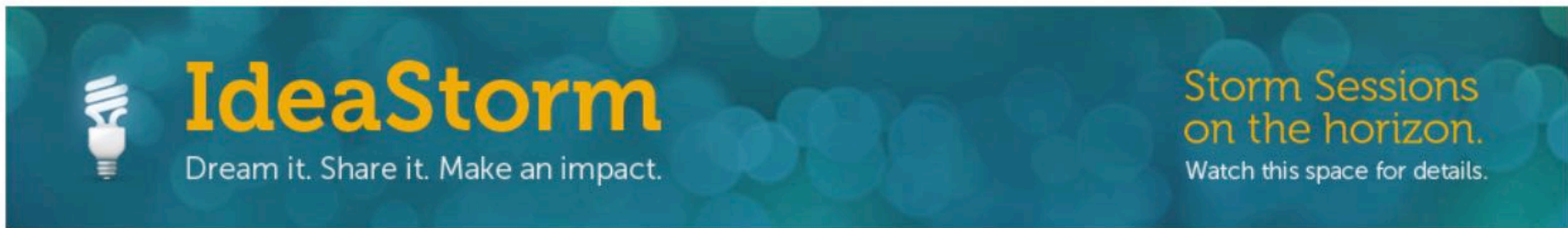
Shop

Support

Community

Search

Community > IdeaStorm > All Categories > All Ideas (Popular Ideas)



IdeaStorm Storm Sessions

View
All posted ideas by the community

Post
Your idea for Dell products or services

Vote
Promote or demote ideas

See
Your ideas in action

Sort Ideas By: Popular Ideas Recent Ideas Top Ideas Comments All

220 **Backlit Keyboards an upgrade option on all laptops.**
By pudgyone, Nov 23, 2011

Promote ↑

It would be a nice option to be able to select a backlit keyboard for all laptops, as an upgrade option. Not just on selected models, but allow this to be an upgrade option.

↓ Demote

It a very nice feature to have on a laptop. It's easy to see the keys and if you're in a dark room, it's very convient to use without turning on the lights or trying to use the lit from the screen to see the keyboard.

Login to IdeaStorm
Don't have an IdeaStorm account? [Register Now.](#)

Username:

Password:

[Forgot Password?](#)



Like

Das Empfehlungsweb regiert

87%

Vertrauen bzgl. Kaufentscheidungen auf Meinungen von Freunden und Familie

82%

Halten Produktbewertungen und Erfahrungsberichte aus dem Internet für relevant

35%

Print / TV / Radio bei Kaufentscheidungen ausschlaggebend



87%

Vertrauen bzgl. Kaufentscheidungen auf Meinungen von Freunden und Familie



82%

Halten Produktbewertungen und Erfahrungsberichte aus dem Internet für relevant



35%

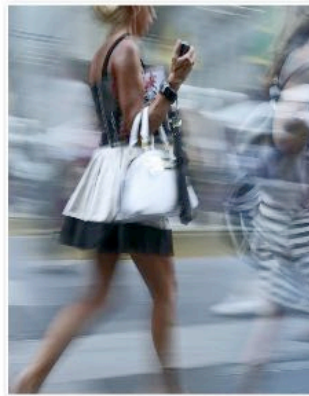
Print / TV / Radio bei Kaufentscheidungen ausschlaggebend

Apps & Mobile Strategy

43% der Menschen nutzen ihr Smartphone und Apps täglich, davon



62%
auf dem Weg zur Arbeit

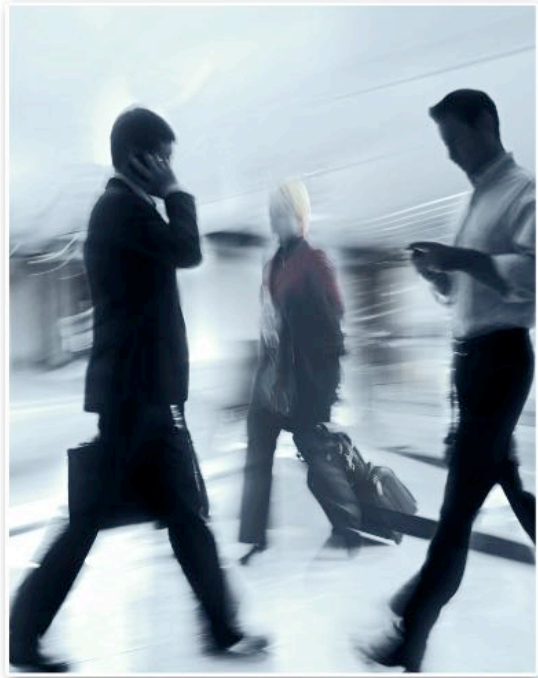


36%
rund ums Thema Einkaufen
& Ausgehen



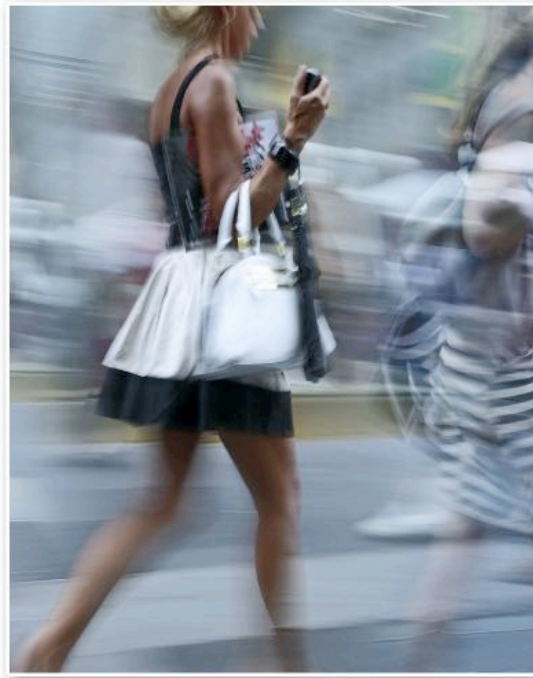
39%
parallel zum Fernsehen

und Apps täglich, davon



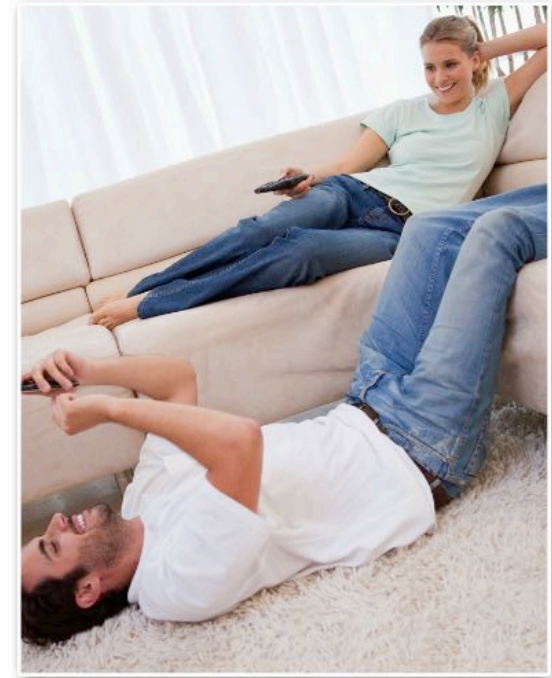
62%

auf dem Weg zur Arbeit



36%

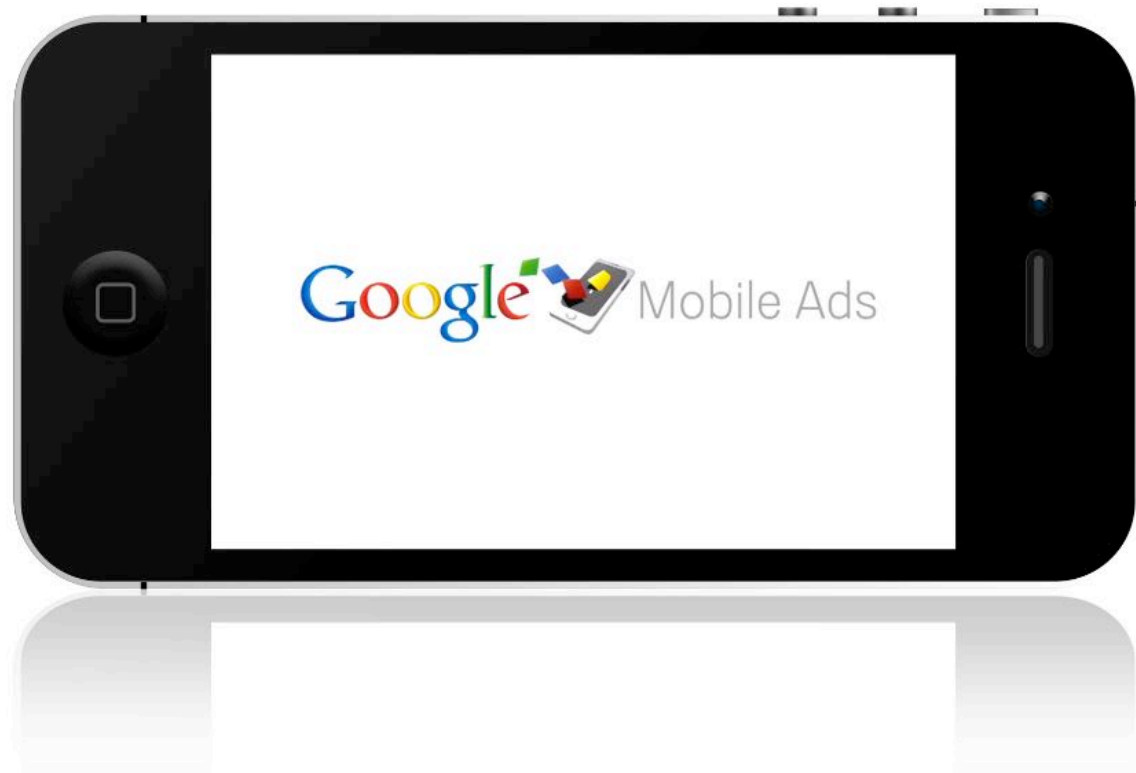
rund ums Thema Einkaufen
& Ausgehen



39%

parallel zum Fernsehen

Apps & Mobile Strategy





"Apps sind keine zu klein geratenen Webseiten, sondern ein eigenständiges Format, das seinen Nutzern einen relevanten Mehrwert bietet!"



"Apps erfüllen ein Bedürfnis und bieten einen Nutzen!"



Val Gardena
Dolomites

- WEBCAMS**
- EVENTS**
- NEWS**
- LODGING**
- WEATHER**
- PHOTOS**
- VIDEOS**
- INFORMATION**

0 - 0 cm **0/80**

The ancient train of Val Gardena - exposition
29.11.2011
05.02.2012

Crip exhibition
29.11.2011
08.01.2012

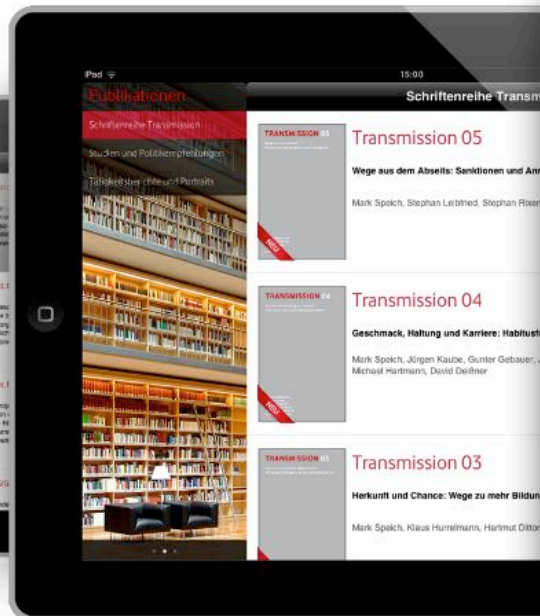
Advent in Ortisel (see advent calendar)
01.12.2011
24.12.2011

Snow shoe hiking with the "Catores"
01.12.2011
29.03.2012

Q 29.11.11 → 13.04.12 **Go**

Weather forecast

Wednesday	7°C -4°C
Wind	N 0' calm
Thursday	5°C -6°C
Wind	N 0' calm
Friday	3°C -5°C
Wind	N 0' calm
Saturday	4°C 1°C
Wind	S 180' calm
Sunday	3°C -1°C
Wind	SSO 164' calm
Monday	3°C -2°C
Wind	SSW 197' light









Apps & Mobile Strategy



Past

2010



Now

2012



Future

bis 2015



Apps & Mobile Strategy



2010



- 6 Mrd. weltweite App Downloads
- 300 Mio. verkaufte Smartphones weltweit

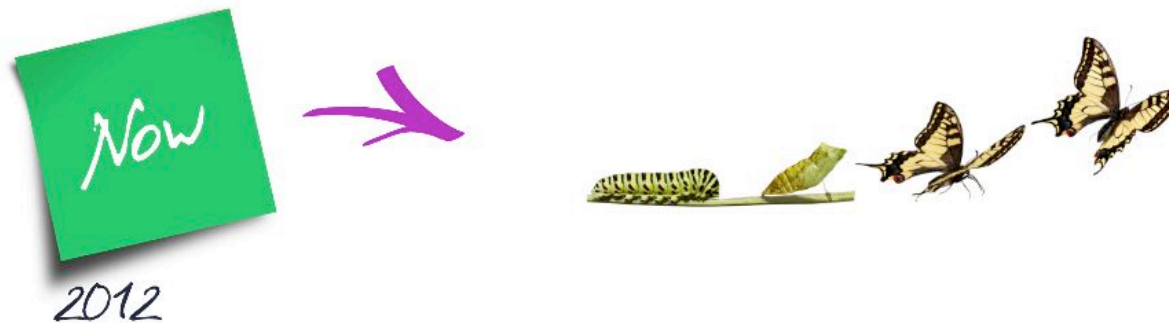
Past



2010

- 6 Mrd. weltweite App Downloads
- 300 Mio. verkaufte Smartphones weltweit



Apps & Mobile Strategy



- 18 Mrd. weltweite App Downloads
- 472 Mio. verkaufte Smartphones weltweit
- mehr als 80% der Smartphone Besitzer nutzen Apps
- 19% der Deutschen nutzen täglich mehrere Apps
- Jedes 4. deutsche Unternehmen besitzt bereits eine App oder mobile Website



2012

- 18 Mrd. weltweite App Downloads
 - 472 Mio. verkaufte Smartphones weltweit
 - mehr als 80% der Smartphone Besitzer nutzen Apps
 - 19% der Deutschen nutzen täglich mehrere Apps
 - Jedes 4. deutsche Unternehmen besitzt bereits eine App oder mobile Website
- 
- 

Apps & Mobile Strategy





bis 2015



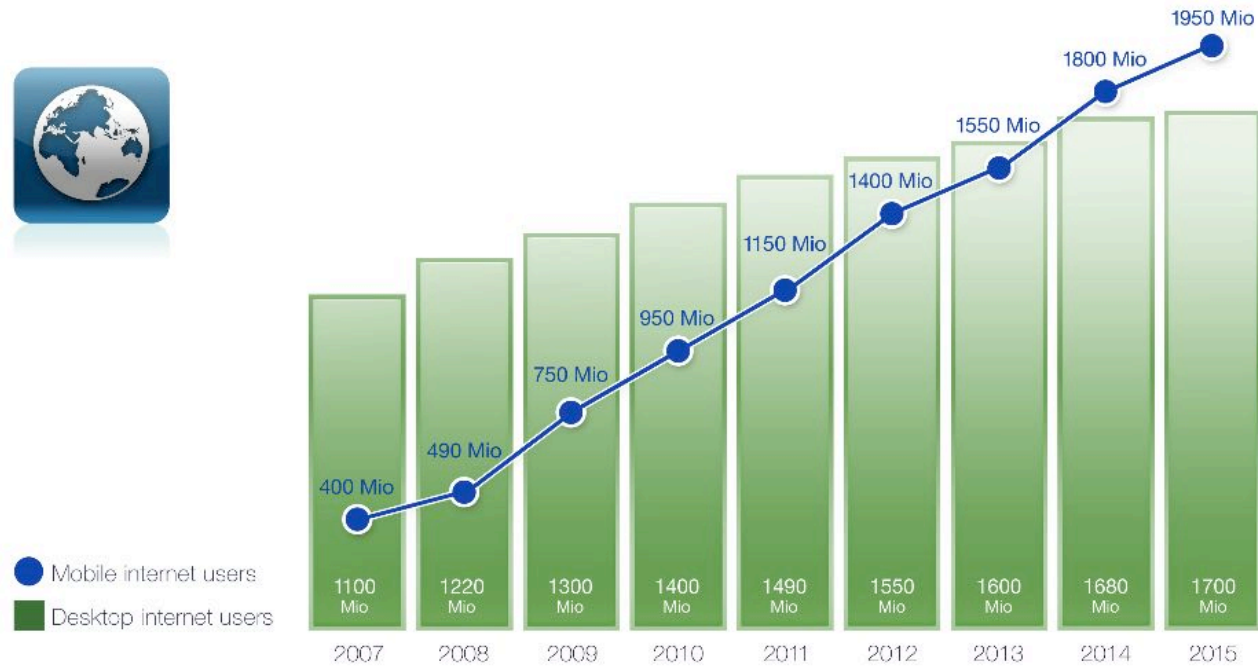
- > 98 Mrd. weltweite App Downloads
- > 980 Mio. verkaufte Smartphones weltweit
- 1,2 Mrd. Menschen arbeiten umfassend mobil
- Mobile Internetnutzung hat PC abgelöst
- 24% aller Haushalte in BRD besitzen ein Tablet

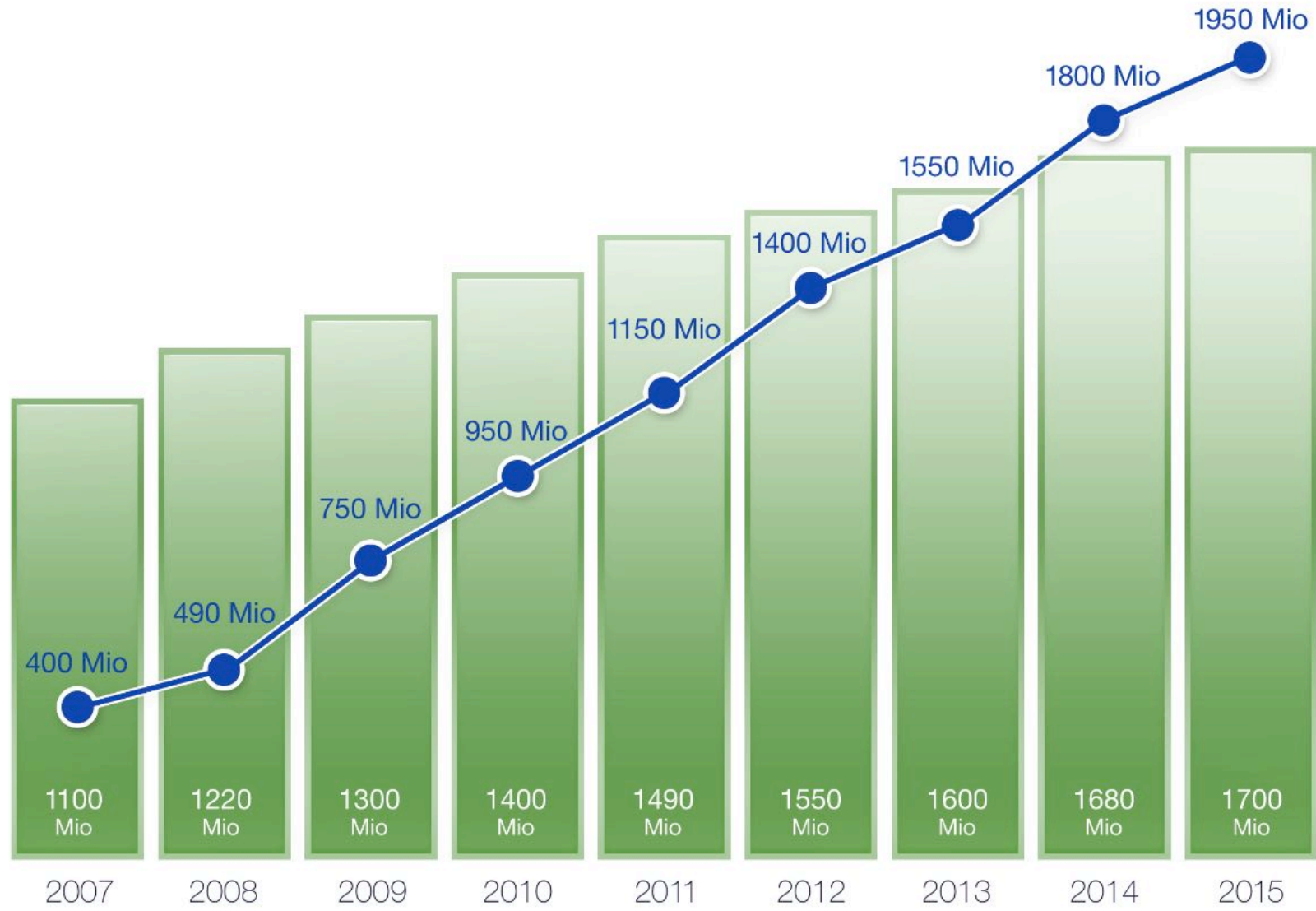


bis 2015

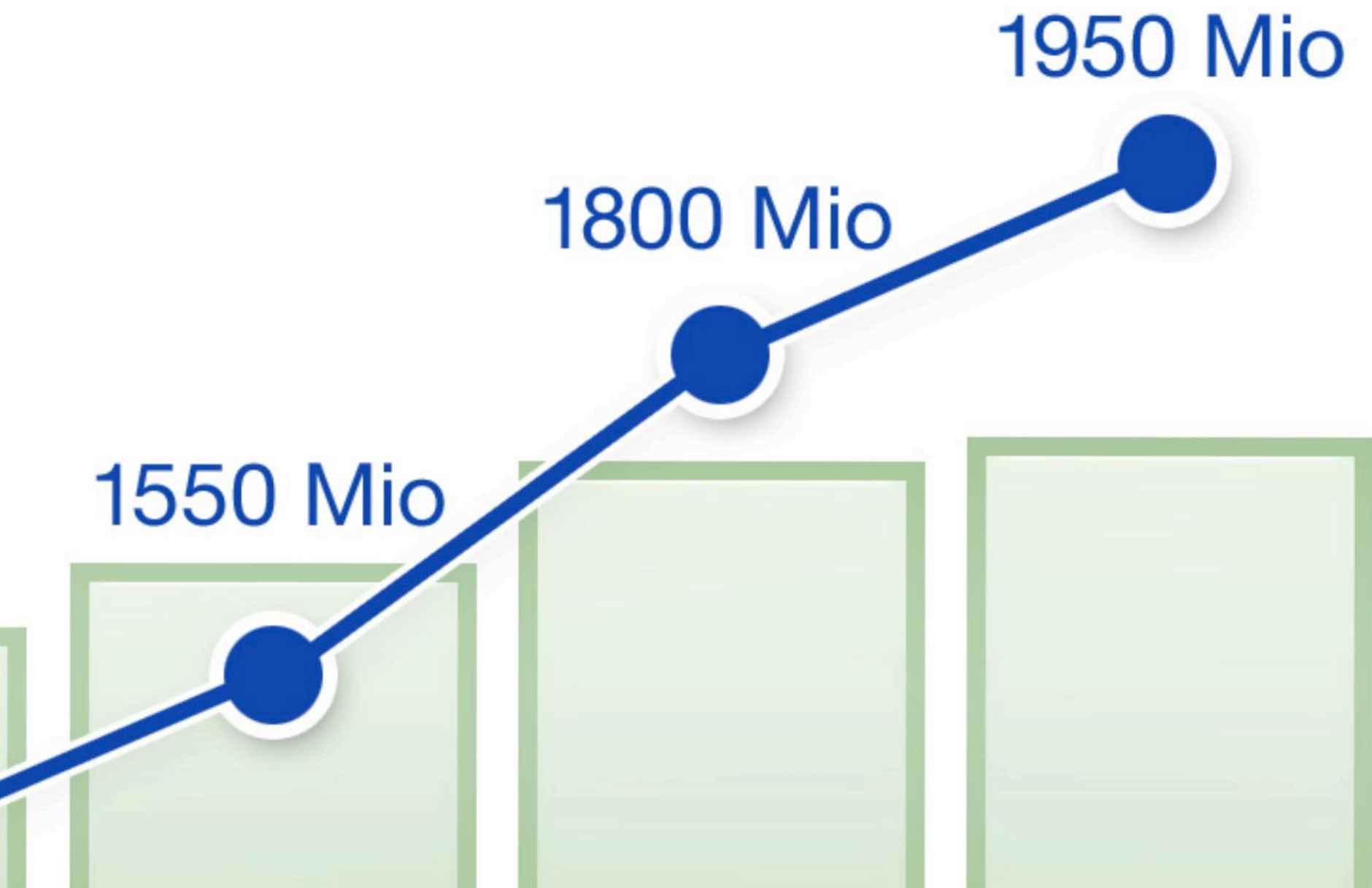
- > 98 Mrd. weltweite App Downloads
 - > 980 Mio. verkaufte Smartphones weltweit
 - 1,2 Mrd. Menschen arbeiten umfassend mobil
 - Mobile Internetnutzung hat PC abgelöst
 - 24% aller Haushalte in BRD besitzen ein Tablet
- 
- 

Mobile Nutzer vs. PC Nutzer



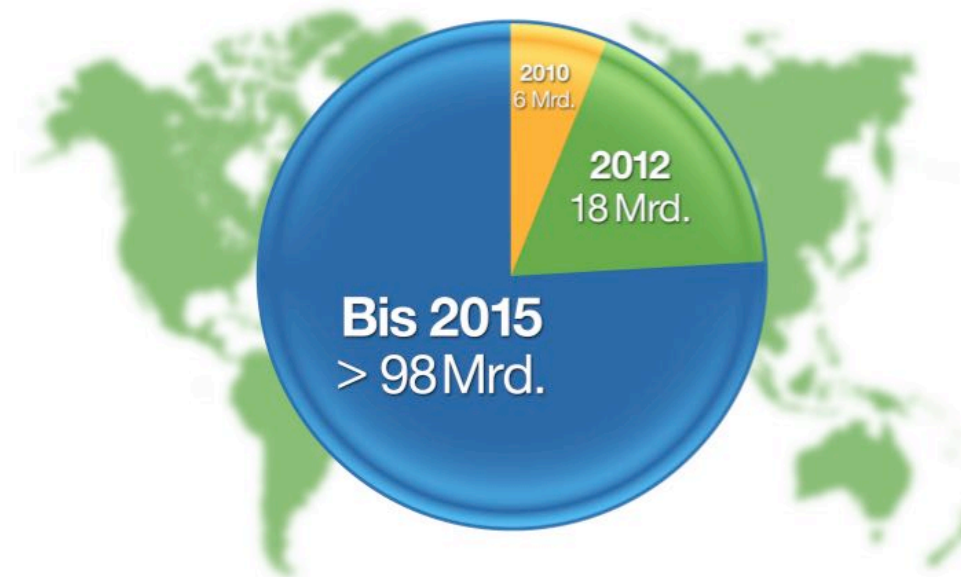


● Mobile internet users
■ Desktop internet users

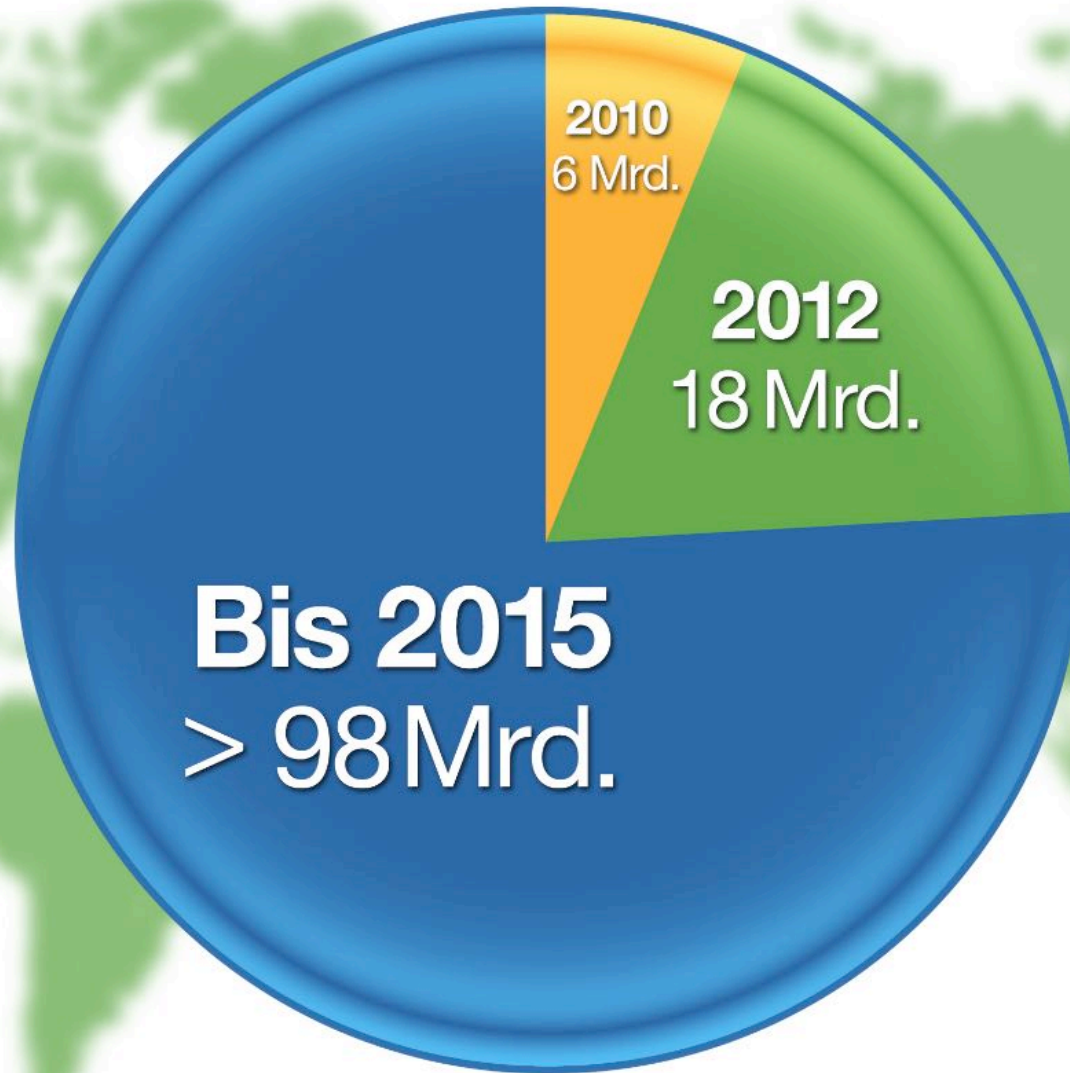


Apps & Mobile Strategy

Weltweite App Downloads in Milliarden



Quelle: Gartner, 2012



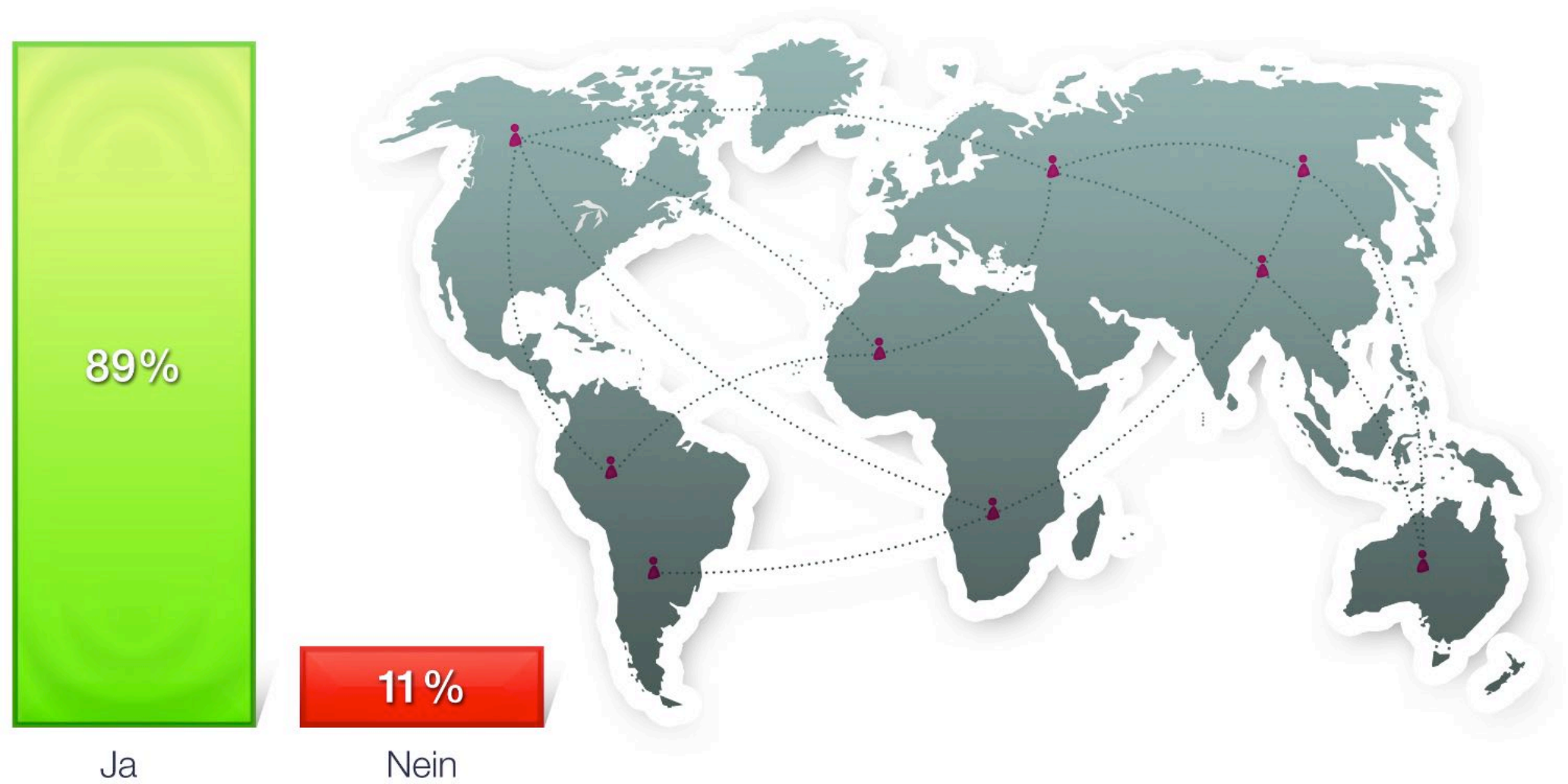


Bis 2015
> 98 Mrd.

Glauben Sie, dass die Bedeutung von Social Media in den nächsten 12 Monaten zunehmen wird?

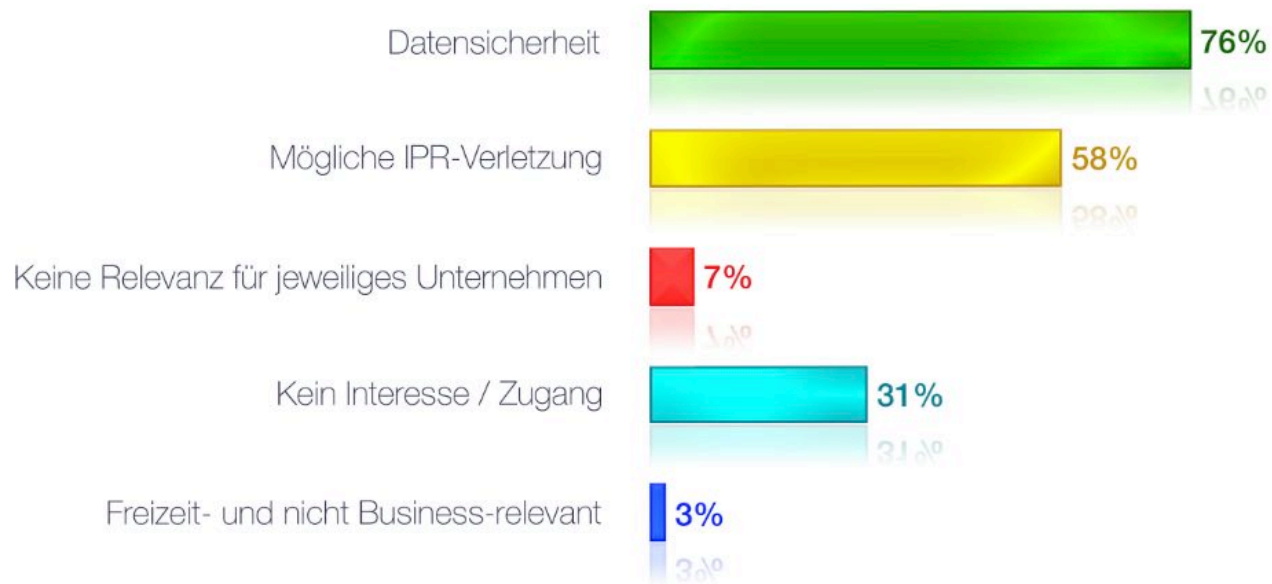


Quelle: Social Media Report 2010/2011 Fraunhofer Institut



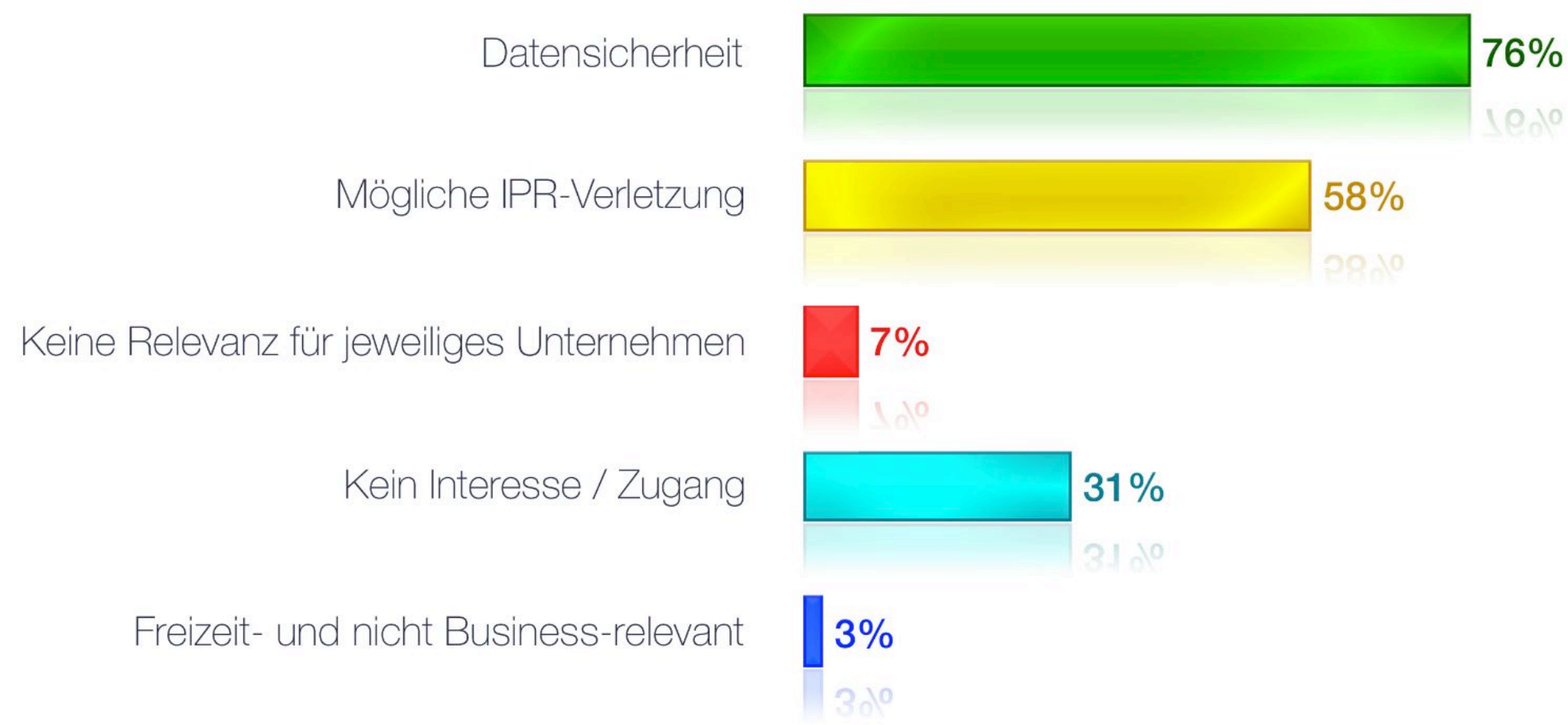
Quelle: Social Media Report 2010/2011 Fraunhofer Institut

Was bremst aus Ihrer Sicht die Nutzung/Anwendung von Social-Media-Plattformen? (Mehrfachnennung möglich)



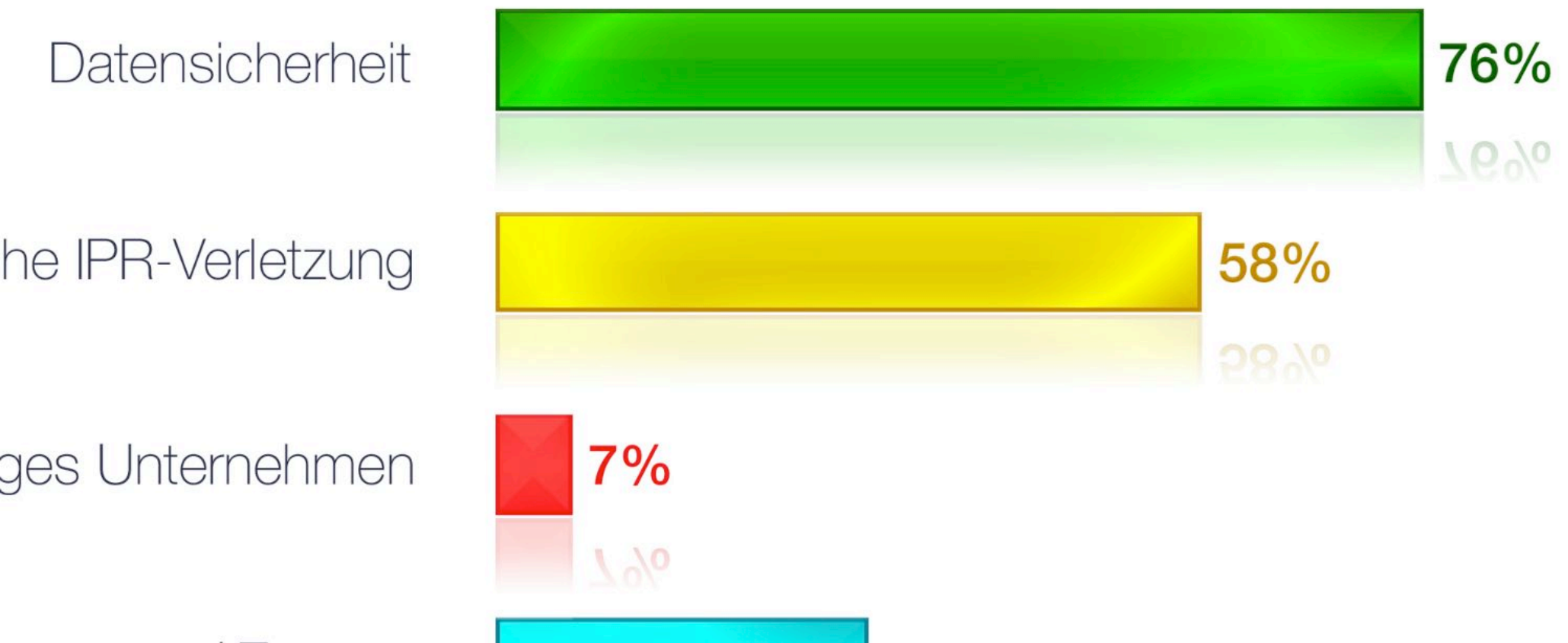
Quelle: Social Media Report 2010/2011 Fraunhofer Institut

Social-Media-Plattformen? (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Social Media Report 2010/2011 Fraunhofer Institut

Ihrer Sicht die Nutzung/Anwendung von Plattformen? (Mehrfachnennung möglich)



Fazit

Unternehmen
brauchen eine
mobile Strategie

Apps sind ein
ständiger Begleiter
der Kunden

Kunden erwarten
jederzeit und
überall
Informationen
und Mehrwerte

Der
Käufermarkt gibt
Angebot und
Mobilität der
Händler vor

Alle Inhalte müssen
mobil verfügbar
und jederzeit
abrufbar sein

Tablets werden
Arbeitsmittel und
Organisator, privat
sowie beruflich

Informationsweb
wird zum
Empfehlungsweb

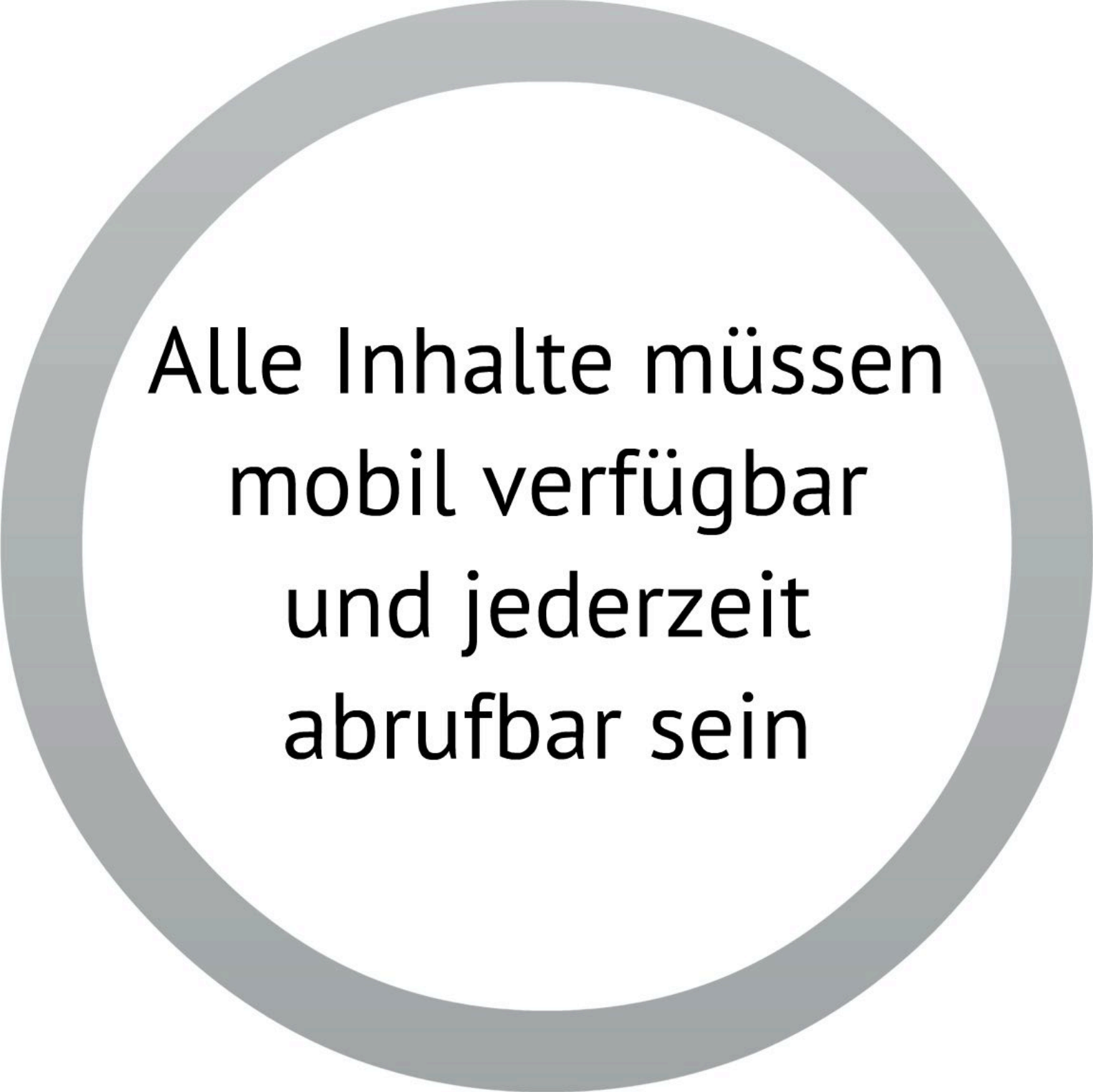
Kundenreaktionen
und -rezensionen
müssen beachtet und
umgesetzt werden

Kundenansprache
erfolgt durch
Applikationen



Kunden geben
ungefiltert und
jederzeit Feedback.

Apps werden zum
Organisator des Alltags
(Mobile Bezahlung,
Navigation, Shopping,
Banking, Job Finder)







Alle Inhalte müssen
mobil verfügbar
und jederzeit
abrufbar sein




Apps sind ein
ständiger Begleiter
der Kunden



Der
Käufermarkt gibt
Angebot und
Mobilität der
Händler vor




Kunden erwarten
jederzeit und
überall
Informationen
und Mehrwerte




Tablets werden
Arbeitsmittel und
Organisator, privat
sowie beruflich




Kundenansprache
erfolgt durch
Applikationen




Kunden geben
ungefiltert und
jederzeit Feedback.



Apps werden zum
Organisator des Alltags
(Mobile Bezahlung,
Navigation, Shopping,
Banking, Job Finder)



Kundenreaktionen
und -rezensionen
müssen beachtet und
umgesetzt werden



Informationsweb
wird zum
Empfehlungsweb



Unternehmen
brauchen eine
mobile Strategie





Ihr Kompetenzzentrum für Apps

