

SOCIAL MEDIA



Eine nüchterne Betrachtung

DIRK PLOSS

Freelance
Evangelist

Ex-Bereichsleiter Markenführung
und Kommunikation bei OTTO

15 Bücher

CMO Lecturio

Hamburg -
Leipzig

Online seit
1985

43 Jahre

Creative
Director

Keynote
Speaker

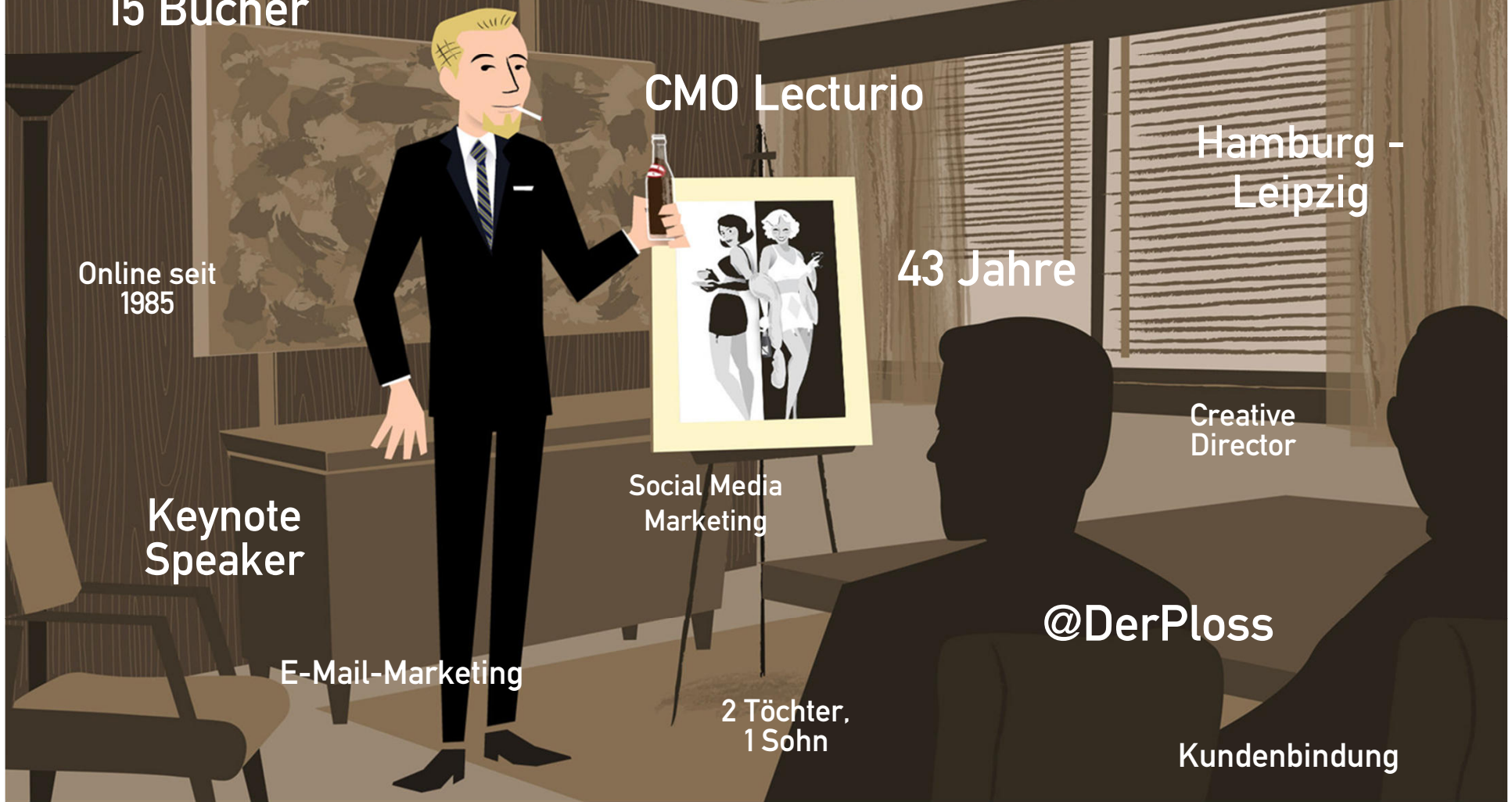
Social Media
Marketing

@DerPloss

E-Mail-Marketing

2 Töchter,
1 Sohn

Kundenbindung





MYTHOLOGIE DER SOZIALEN MEDIEN

DIRK PLOSS

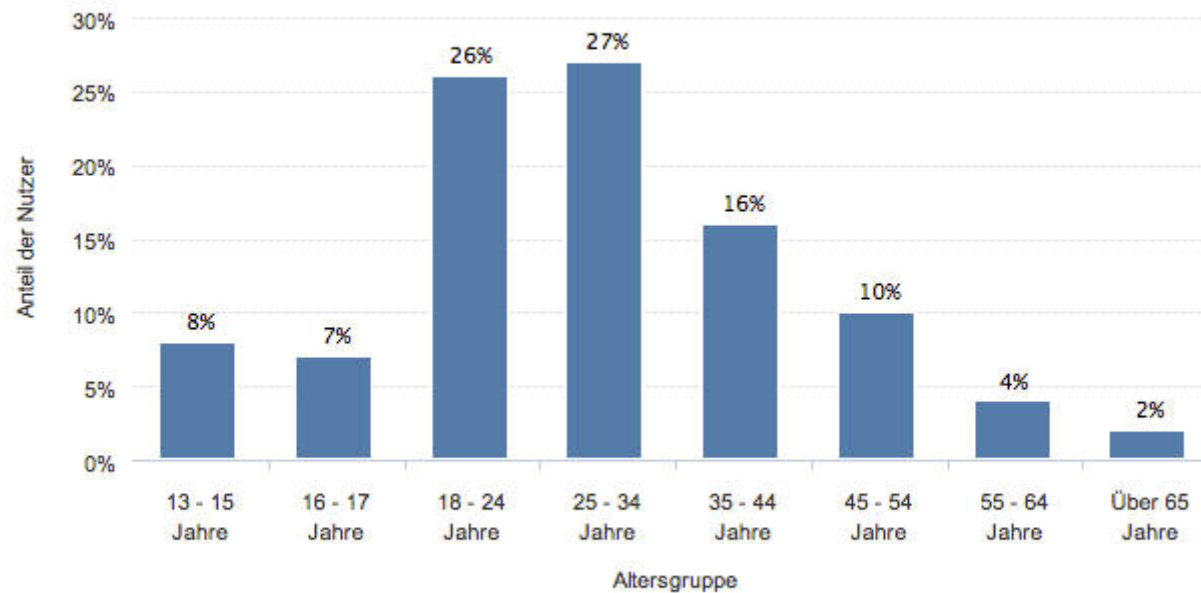
Mythos Nr. 1: Das geht bald wieder vorbei.

- „Das Telefon hat zu viele Mängel, als dass es ernsthaft als Kommunikationsmittel in Betracht käme“ (Western Union Memo)
- „Die drahtlose Musikbox hat keinen denkbaren kommerziellen Wert.“ (ein Investor in den 20er Jahren)
- „Der Fernseher wird sich auf dem Markt nicht durchsetzen. Die Menschen werden sehr bald müde sein, jeden Abend auf eine Sperrholzkiste zu starren.“ (Darryl F. Zanuck, 20th Century-Fox)
- „Meines Erachtens gibt es einen Weltmarkt für vielleicht 5 Computer“ (Thomas Watson, IBM)
- „Es gibt keinen Grund, warum Menschen zu Hause einen Computer haben sollten“ (Ken Olsen, DEC)
- „Das Internet wird 1996 kollabieren“ (Robert Metcalfe, Ethernet-Erfinder)

Mythos Nr. 2: Das ist nur was für Kids.

NUTZER VON FACEBOOK NACH ALTER

Altersverteilung der Nutzer von Facebook (Stand: Juni 2012)



i Deutschland; atenta; 05. Juni 2012

Quelle: atenta

© Statista 2013

Mythos Nr. 3: Das funktioniert nur B2C.

	Facebook-Fanpage	Fans ▼	Veränderung	PTA ▼	PTA-Index ▼
1	SAP AG	151424	102 ↑	2250	1.49 %
2	Bayer AG	44577	579 ↑	4802	10.77 %
3	FESTOOL GmbH	42512	28 ↑	318	0.75 %
4	BASF SE	41721	44 ↑	3588	8.60 %
5	Krones AG	39048	176 ↑	2444	6.26 %
6	Kuka Robotics	26298	12 ↑	134	0.51 %
7	Sirona Dental	25455	107 ↑	870	3.42 %
8	Ernst & Young Deutschland Karriere	19186	85 ↑	1816	9.47 %
9	LANXESS	14712	6 ↑	1785	12.13 %
10	Lufthansa Cargo	13308	14 ↑	706	5.31 %

EIN PAAR TATSACHEN.



DIRK PLOSS

Der Besucher aus den 50ern...

F: Wenn plötzlich jemand aus den 50er-Jahren auftauchen würde, was wäre ihm am schwierigsten über unser heutiges Leben zu erklären?

A: Ich habe ein Gerät in der Tasche, mit dem ich Zugriff auf sämtliches Wissen der gesamten Menschheit habe.

Ich benutze es, um mir Katzenbilder anzuschauen und mit Fremden in Streitereien zu geraten.

Always on, always mobile.

Rom, Via Della Conciliazione, 2005



Always on, always mobile.

Rom, Via Della Conciliazione, 2013



**Jeden Tag werden mehr als
150 Mrd. E-Mails versendet.**

Plus:

- **500 Mio. Tweets**
- **140 Mio. tumblr Posts**
- **19 Mrd. WhatsApp Nachrichten**



**In jeder Minute mehr als 100 Stunden
neue Videos bei YouTube.**

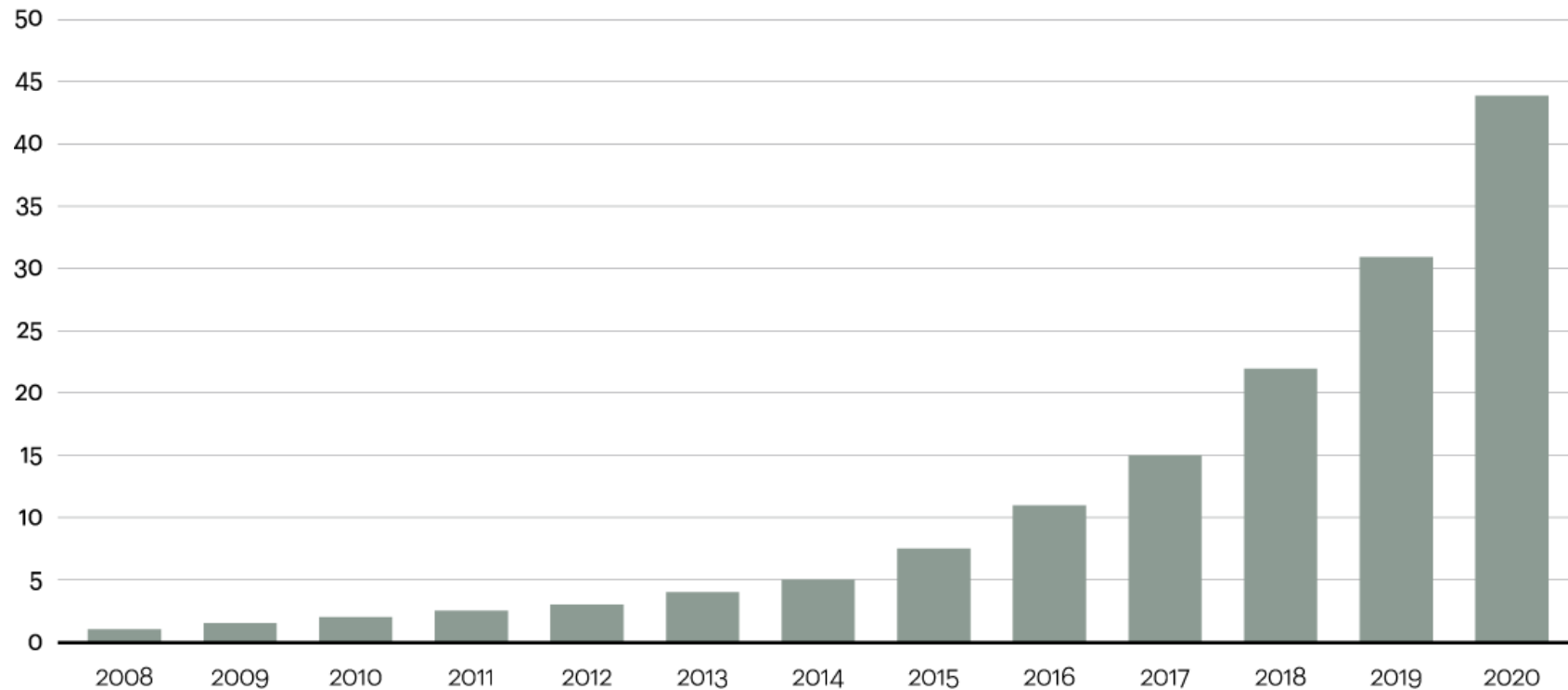
**6 Mrd. Stunden werden jeden Monat
geschaut – nur auf YouTube...**

**...und Netflix allein braucht fast 1/3
der gesamten US-Internet-Bandbreite!**



Information Overkill – Das Zeitalter des Zettabyte.

Data in zettabytes (ZB)



Source: Oracle, 2012

Die Folge: Digitaler Stress und fragmentierte Aufmerksamkeit!

Technology has changed the way we process information -- not to mention the amount of information we take in.

The amount of media we consume daily has skyrocketed.



1960:
5 hours



2010:
12 hours

The number of adults going online has increased too:



10%
Adults online
in 1995

78%
Adults online
in 2011

95%
Teens online
in 2011

61% admit to being addicted to the Internet.

The average computer user:



Checks **40** websites
a day.



Switches programs
36 times an hour.



That means we change tasks
more than more than once
every two minutes!



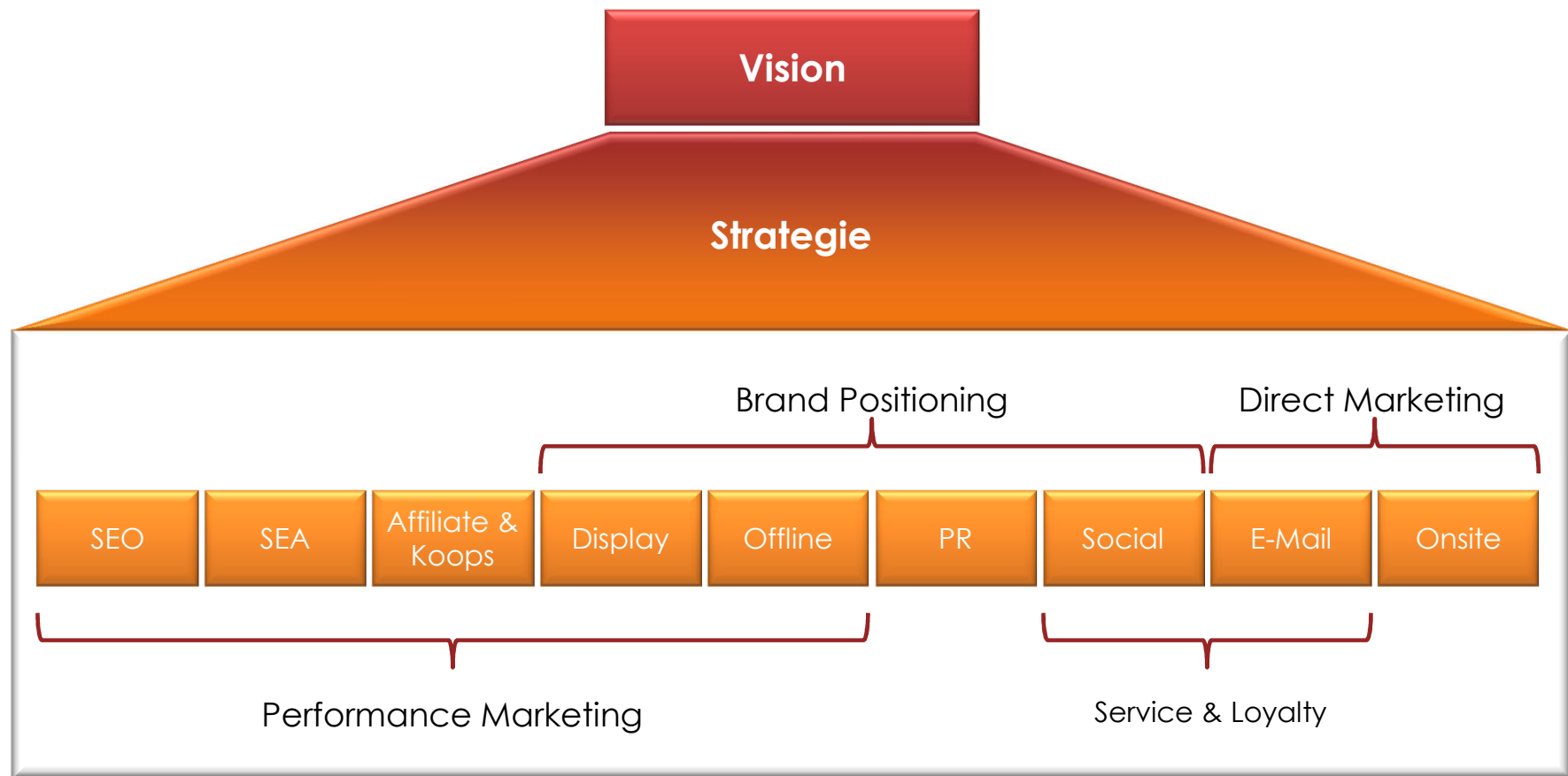
SOCIAL MEDIA – EIN ÜBERBLICK.

DIRK PLOSS

Die wichtigsten Kanäle und ihre Nutzung. Am Beispiel Brot.

- Facebook: Ich mag Brot
- Google+: Meine Meinung über Brote
- YouTube: Ein interessantes Video über Brot
- Instagram: Ein Foto meines Frühstücks-Brot
- Twitter: Ich esse gerade ein Brot
- Foursquare: Hier esse ich jetzt ein Brot
- Pinterest: Meine Lieblings-Brot-Rezepte
- WhatsApp: Magst du eigentlich Brot?
- Reddit: Das verrückteste Brot aller Zeiten!
- Xing: Ich bin Brot-Experte.

Einordnung in den Marketing-Mix.



A close-up photograph of several Venus flytraps (Dionaea muscipula) growing in dark soil. The plants have reddish-pink, fleshy leaves with numerous sharp, hair-like cilia along their edges. The text "VORSICHT, FALLE!" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters across the upper portion of the image.

VORSICHT, FALLE!

DIRK PLOSS

Risiko Nr. 1: Crowdslapping



Risiko Nr. 2: Shitstorms



Risiko Nr. 3: Falsche Freunde



fan werden.
iPad gewinnen!

LOS GEHT'S

Hallo **the_master**

Holen Sie sich jetzt eins von **10 iPads**!

So einfach geht's:

1. Werden Sie PayPal-Fan auf Facebook, falls Sie noch keiner sind: Einfach auf den "Gefällt mir"-Button klicken.
2. Am Gewinnspiel bis zum 25.11.2010 teilnehmen.
3. Mit etwas Glück über ein iPad® freuen!

DIE CHANCEN.

A female pole vaulter in a black singlet is shown from the waist up, holding a pink pole vault pole. She is looking upwards and to the right. The background is a blue sky with white clouds. The text 'DIE CHANCEN.' is written in large white letters at the top. At the bottom, there is a dark orange bar with a dark red rectangle containing the text 'DIRK PLOSS'.

DIRK PLOSS

Chance Nr. 1: Reichweite



Chance Nr. 2: Relevanz



Chance Nr. 3: Service und die Folgen



DAS VORGEHEN.

A close-up, low-angle shot of a watch dial. The dial is dark, possibly black or dark blue, with light-colored Roman numerals (I, II, III, IV, V, VI) and a central hand. The watch is set against a dark, almost black background. The lighting is dramatic, highlighting the metallic surfaces of the watch.

DIRK PLOSS

Frage Nr. 1: Was sind meine Ziele?

SUCCESS WILL COME
FROM YOUR PLANS

PANDA EXPRESS • PANDA INN

Frage Nr. 2: Wo sind meine Kunden?



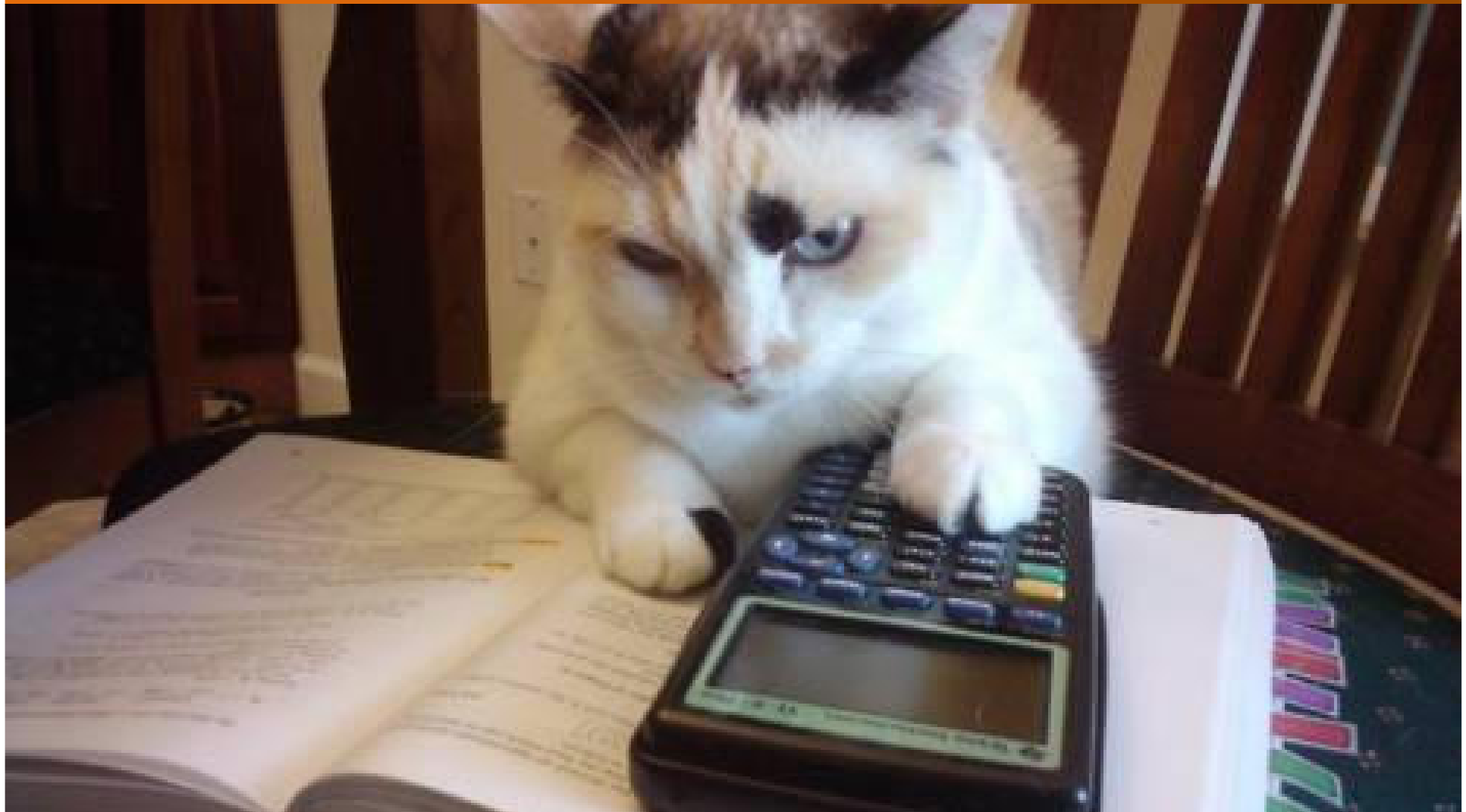
Frage Nr. 3: Worüber reden die?



**Frage Nr. 4:
Warum sollten sie mir folgen?**



Frage Nr. 5: Wie messe ich, was ich tue?



EIN FAZIT.

don't fear
the future!

DIRK PLOSS

**Die grundlegende Frage
hat sich radikal verändert.**

**Kann ich es mir leisten, nicht
in Social Media aktiv zu sein?**



Vielen Dank!

derploss@gmail.com
facebook.com/ploss
twitter.com/DerPloss

