



Was bleibt nach Abzug des Hypes?

Zehn Regeln für einen strategischen Umgang mit Social Media.



Boris Lakowski.

Diplom Medienwirt

Beratungsschwerpunkt: Analyse, Strategie und digitale Technologien.

Bisherige Stationen: GF Scholz & Volkmer, Computer Science Corporation, Alego, Concept!, Die Firma.



Björn Sternsdorf.

Dipl.-Wirt. Ing. Medienwirt

Beratungsschwerpunkt: Idee, Strategie und Kreation

Bisherige Stationen: Scholz & Volkmer, Berger Baader Hermes, AGI, Kabel New Media.

Wir bündeln zwei Jahrzehnte Beratungserfahrung mit digitalen Medien, Innovationen und bekannten Marken.



MAYBACH



Mercedes-Benz



VOGUE



LISTERINE®

Canesten®



Wir helfen, rote Fäden zu etablieren, gute Ideen umzusetzen, innovativ zu bleiben und Konsumenten besser zu verstehen.

Marken- und Strategieentwicklung

Online-Strategieentwicklung und Formulieren digitaler Roadmaps

Definition und Entwicklung des Online Marketing Mix

Entwicklung von CRM-Strategien (Akquisition und Loyalty)

Interimsmanagement Marketing-Management für Unternehmen

Strategische Botschafts- und Themenplanung

Strategische Kreation und Konzepte

Entwicklung von Ideen und Kommunikationskonzepten

Strategic Planning und Kampagnenarchitekturen

QualityGate-Consulting während Konzeption und Umsetzung

Unterstützung bei Dienstleisterauswahl und -steuerung

Projektmanagement-Support

Digitale Markenführung

Trend- und Zukunfts-Workshops

Trendbewertung (Trend-Brand-Fit)

Digitale Produktentwicklung- und Positionierung

Etablierung von Innovationsmanagement-Strukturen & -Prozessen

Vorträge und Veröffentlichungen

Trendscouting & Innovationsmanagement

Consumer Insight Analysen

Web Analytics Strategien und KPI-Definition

Markenanalysen, Stärken/Schwächen-Analysen, Umfeldanalyse und Benchmarking (Digital Brand Health Check)

Insights & Kommunikations-Controlling

- 1. Achtung hype.**
- 2. Do not underrate Social Media.**
- 3. Think community not advertising.**
- 4. Define and track your goals.**
- 5. Understand your customer.**
- 6. Pick channels carefully.**
- 7. Be relevantly different.**
- 8. Be authentic and deliver on your promise.**
- 9. Optimise your content for sharing.**
- 10. Commit resources and time to be successful.**

Linkliste ausgewählte Statistikquellen.

<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1124212>

http://www.bitkom.org/files/documents/Netzwerke_Download.jpg

http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/nielsen-provides-topline-u-s-web-data-for-february-2010/

http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Fernsehdauer-in-Deutschland-steigt-wieder-an_89383.html

http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf

http://www.ethority.de/uploads/smprisma/smprism14_web.zip

<http://www.socialmention.com/>

http://www.forrester.com/Groundswell/profile_tool.html

<http://www.universalmccann.com/wave/>

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=165>

Linkliste Cases.

<http://www.youtube.com/watch?v=hibyAJOSW8U>

<http://www.youtube.com/watch?v=7-kSZsvBY-A>

<http://www.youtube.com/watch?v=h42UeR-f8ZA>

<http://www.youtube.com/watch?v=FZ1st1Vw2kY>

http://www.youtube.com/watch?v=0TYy_3786bo

<http://twitter.com/delloutlet>

<http://mystarbucksidea.force.com/>

<http://ford.digitalsnippets.com/>

<http://www.zappos.com/>

Glaube Statt ROI Death Of The Microsite
Business Model Or Die Location Hyper Hyper
Kampf Um Die Identity
Product And Services Sind Queen Authentizitäts Überdosis
Machine 2 Machine Ehrlich Währt Am Längsten
So Schluss Jetzt Danke Social HR And Intranet ++
Nach Dem Spiel Ist Vor Dem Spiel Privatsphäre Welche Nochmal Social Commerce Ist Alter Hut
Im Gespräch Statt Nur Dabei ORM Und Sonst Nüschtl
Loyalität Statt Akquisition Alles Geteilt Durch Zwei
Social Werbeschwemme 2.0 Shareability Und Syndication
Vertical vs Open SM Und Mobile Rockn Roll Einlösen Statt Dicke Hose
Communities 4 Tribes
Micro Statt Blogging 1:1 Wieder Nicht



Vielen Dank.

Sternsdorf Lakowski & Partner.

Diemelstraße 5
60486 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 173 090 590 154

Mail: kontakt@sternsdorf-lakowski.de