Social Media:
Der neue Stein der Weisen?

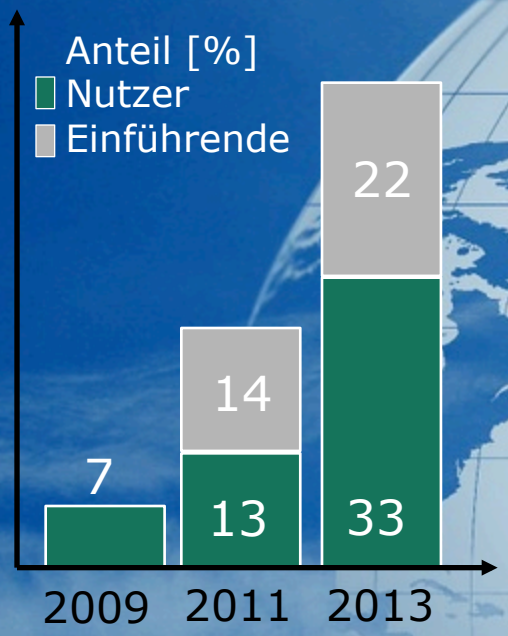
divia

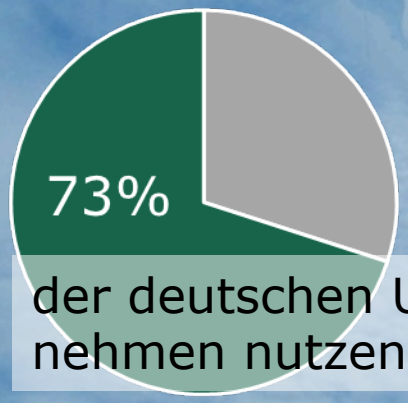
IKT-Forum Ansbach | Dezember 2014 | Dr. Martin Reti

Social Media – der neue Stein der Weisen?

Transformation: Facetten des digitalen Wandels

Cloud Computing





der deutschen Unter-
nehmen nutzen SaaS

100 Mrd. € Umsatz mit Cloud Services 2014

70% der CIOs integrieren Cloud bis 2016 in ihre Sourcing Strategie (Platz 3 der ToDo-Liste)

61% der Fachabteilungen beziehen Leistungen aus der Public Cloud

Aktionsprogramm Ba-Wü

Quellen: IDC, Gartner, PAC, 2nd Watch

Big Data – „Kunden, die diesen Artikel gekauft haben“

VVV – Velocity, Volume, Variety

Risikoanalysen IT und Bankwesen

Zielgruppenspezifische Werbung

Predictive Policing in Zürich

Telematik/Logistik

Sentiment-Analysen

Internet der Dinge

Noch mehr Idee als Realität, aber Prognose 25% Wachstum pro Jahr von 2,3 Mrd. US$ 2013 (Westeuropa)

Mobility

Jeder Weltbürger wird 2014 ein Mobiltelefon haben.

Jeder Deutsche hat 1,33 Mobiltelefone

116,6 Mio.

Mobile Payment 2013 verdoppelt auf 1,6 Mrd. US$

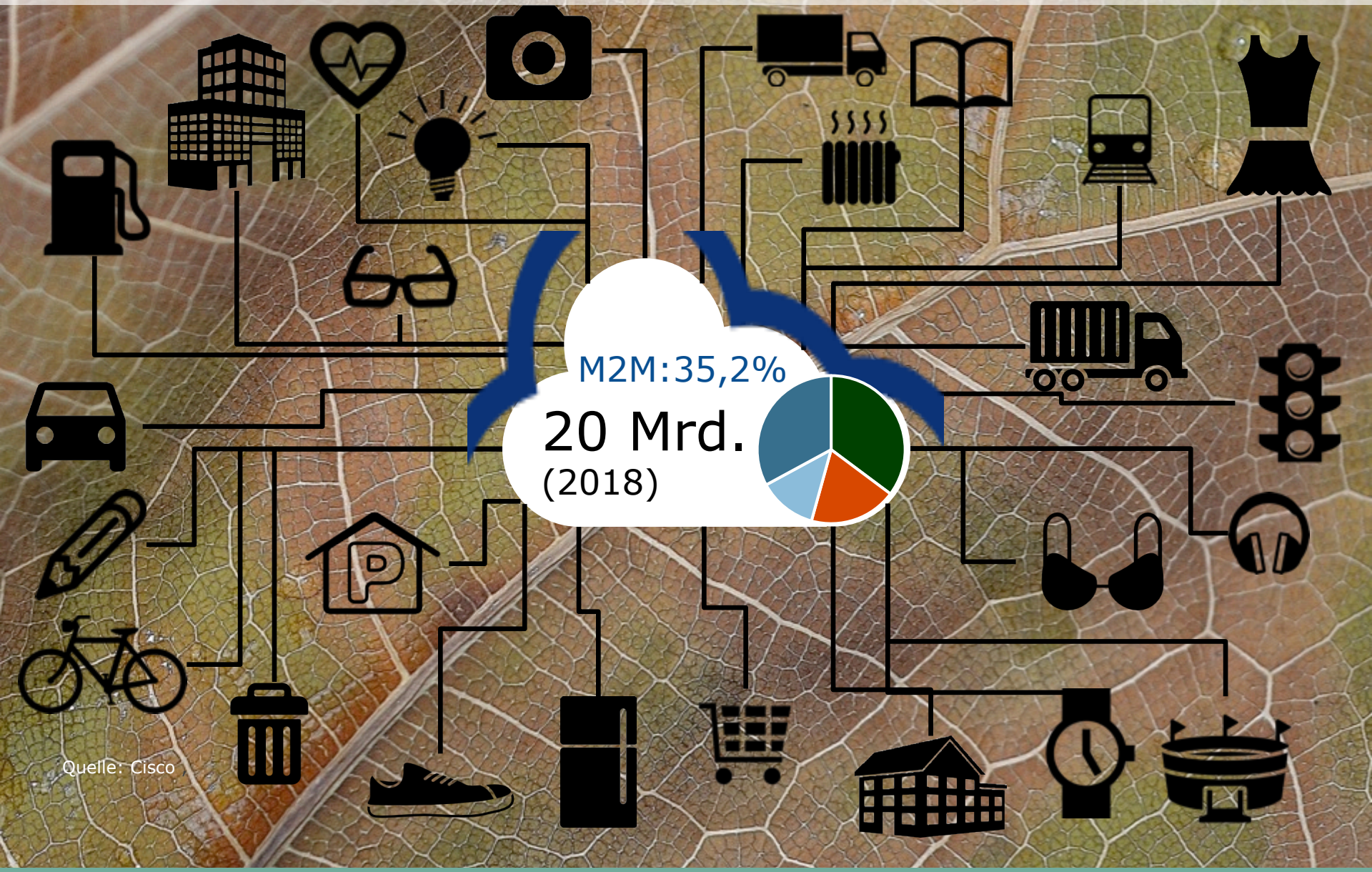
51% der Deutschen bearbeitet dienstliche Mails auf einem privaten Handy

67% Wachstum bei mobiler Werbung

Der Onlinezeit mobil (2014, weltweit)

Quellen: Gobalwebindex, ITU, wearesocial, statista, eMarketer, Vodafone-Institut, Zenithoptimedia,

Internet of Things – der Welt-Organismus?



Quelle: Cisco

Faktor Mensch

Virtuelle „Welt“ ergänzt reale Welt

Wertewandel

Dynamik/on demand

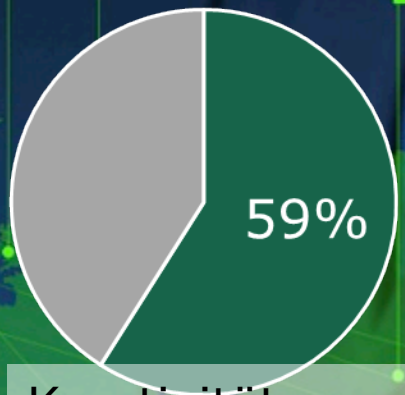
Any service, any place, any time

Second screen: 45% nutzen das Smartphone zeitgleich mit anderen „Schirmen“

100% der 14–19-Jährigen in Deutschland Internetnutzer

Collaboration = Social Media für Unternehmen

Unternehmens-Erwartungen an Social Collaboration: Verbesserung von …



Kreativität

Innovationen

Engagement und Konsens

Quellen: BARC-Institut, Atos

Atos Zero E-Mail-Projekt

Reduktion der Überlastung durch E-Mail um 60%

25% E-Mail-Zeit in Arbeitszeit verwandelt

20x Beiträge zur unternehmensweiten Collaboration

Kulturwandel

Auf dem Weg nach Morgen

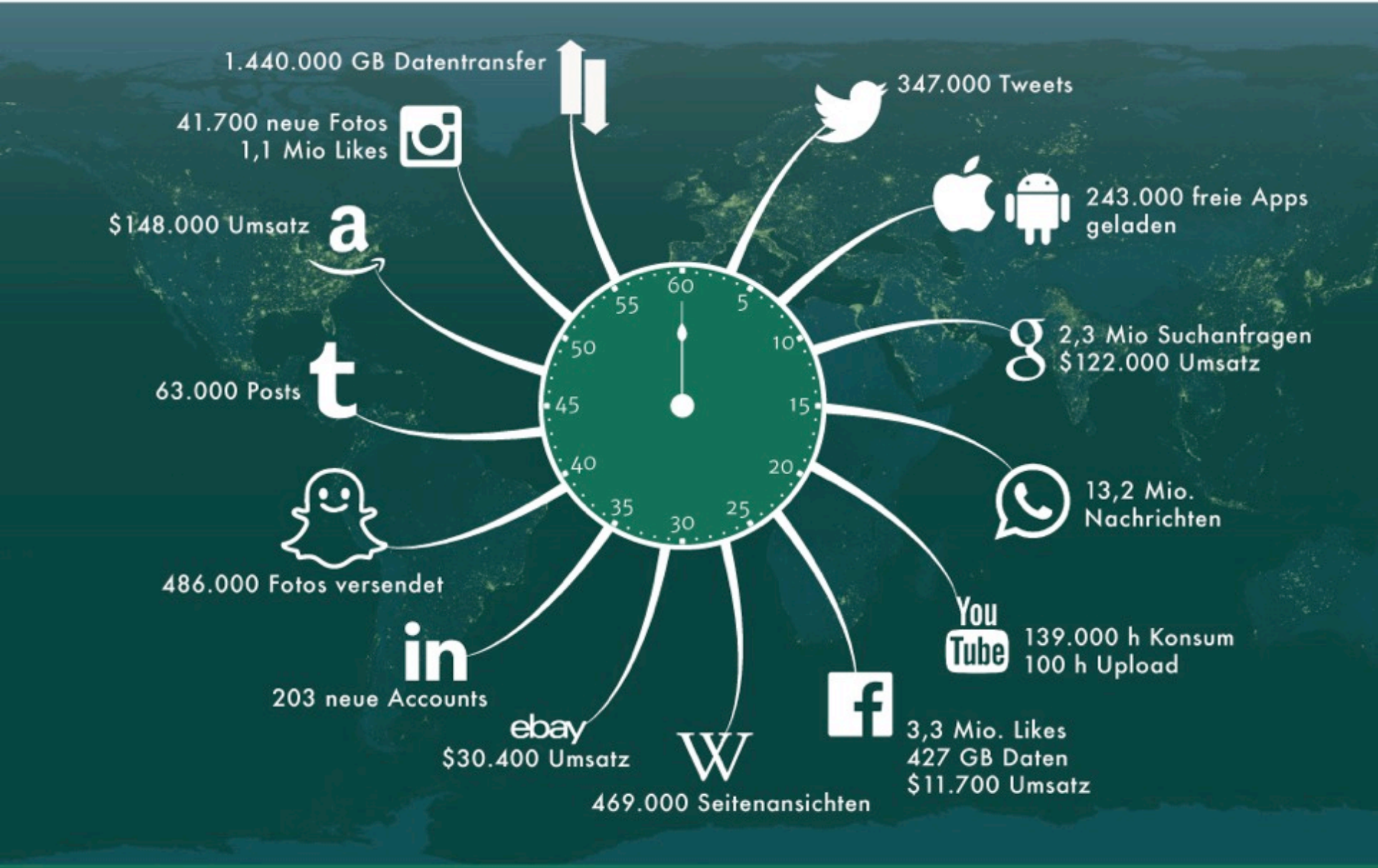
Die Welt verändert sich – wird digital und mobil.

Gefunden bei appblogger.de, Bilder: Luca Bruno und Michael Sohn für ap

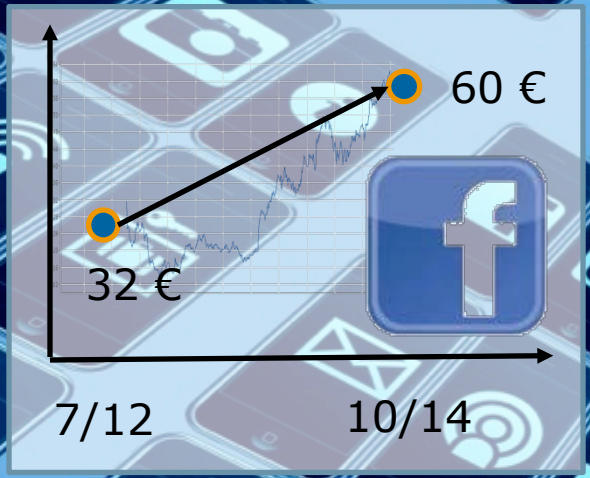
60 Sekunden im Internet

divia

www.divia.de
Stand 07/14



Social Media ist Bestandteil der Lebensrealität



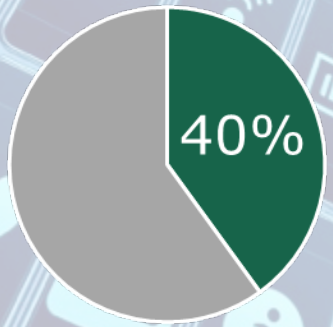
Jugend-Flucht?

72%->45% (13-19)

20% aller Weltbürger (16-64) haben einen Instagram-Account

2,9 Mrd. Umsatz
790 Mio. Gewinn
Mobil: +150%
190 Mrd.
Marktkapitalisierung
(in US$, Q2/14)

Anteil Onlinezeit

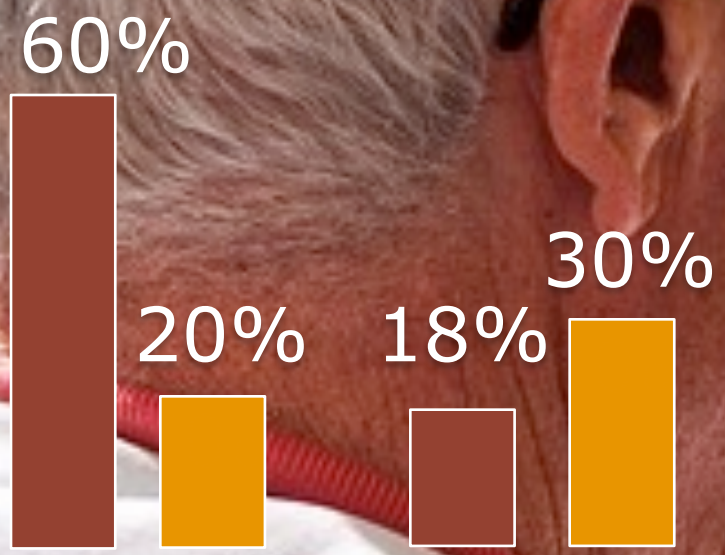


+10% für Lesen und Schreiben von Blogs

Quellen: Reuters, finazen,net, Globalwebindex, Washington Post

1. Medienkonsum im Wandel

- Social Media als Informationsquelle verlängern Internet-News



50+ nutzen die Zeitung

14-29 greifen zum Internet

Quelle: Allensbach, Bild: stux auf pixabay.com, Globalwebindex: Digital vs. traditional media consumption, 2014

2. Erlebniswelt Mensch/Unternehmen verbinden

Unternehmen als Bestandteil von „Lebens"-Netzwerken

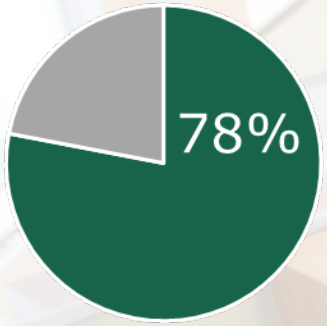
Organische Bezüge in die Lebensrealität von Menschen schaffen

Tonalität der Ansprache und Rolle des klassischen Marketing?

3. Mitarbeitersuche/Employer Branding

…

Social Recruiting USA

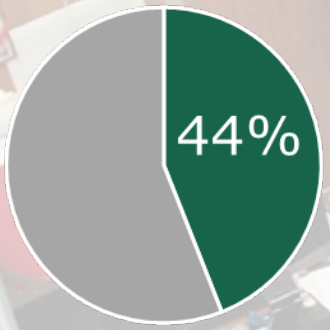


haben Stellen über Social Media besetzt

Meist LinkedIn (92%), aber auch Facebook (24%), Twitter (14%).

Social Media als **Top-Investitionsziel** der HR-Instrumente (73 %)

Social Recruiting D



haben Stellen über Social Media besetzt

72% verzichten auf **Unternehmensprofil** bei LinkedIn, **36%** auf Xing.

27% nutzen Xing Talent Manager, **13%** LinkedIn Recruiter Tool. 4 bzw. 5% kennen die Tools überhaupt nicht.

4. Service auf dem kurzen Weg/Reklamationen

Schwarzes Loch Hotline

Kunden auf dem kurzen Weg helfen oder versauern lassen?

„Schatten"-Service?

In existente Prozesse einbinden oder Prozesse verändern

Social Business

Impulse für die Veränderung von Unternehmen

5. Customer Journey/Customer Experience

Omni-Channel-Ansprache

Offene Türen für Kunden in beiden Welten

Analyse der Reise

digital und physisch

Showrooming vs. Webrooming

Einkaufserlebnis integriert

E-Commerce: 186 Mrd. US$

Online induziert: 1,83 Bio. US$

6. Kundeneinflussnahme

Kunden als Empfehler
Positive Bewertungen
„Word of Mouth“

Kunden als Kritiker
Inspiration für Verbesserung
„Kundenbefragung“ (öffentlich)

7. Crowdsourcing/Crowdfunding

Crowdfunding

KICKSTARTER

SPIELE SCHMIEDE

INDIEGOGO

bwcrowd powered by BW-Bank

SEEDMATCH CROWDFUNDING FÜR STARTUPS

MUSICSTARTER

Startnext

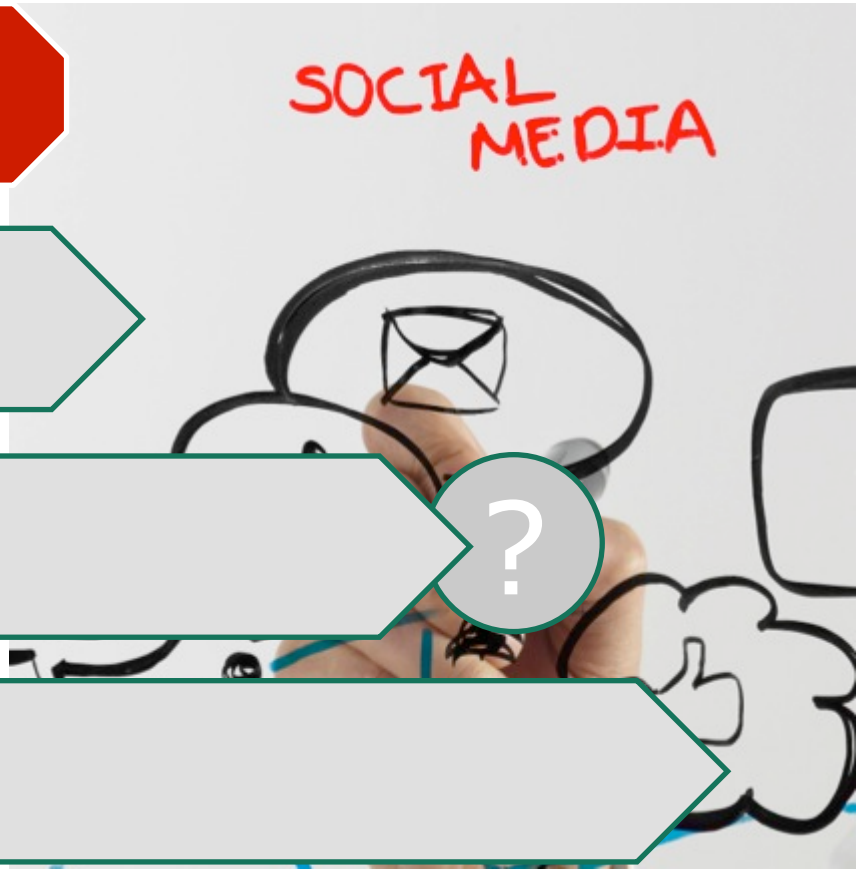
„Freier Mitarbeiter“: Mitgestalten des Angebots

Eigene Geschäftsideen realisieren?

Privatleute als Investoren

Mögliche Reaktionsformen auf Social Media

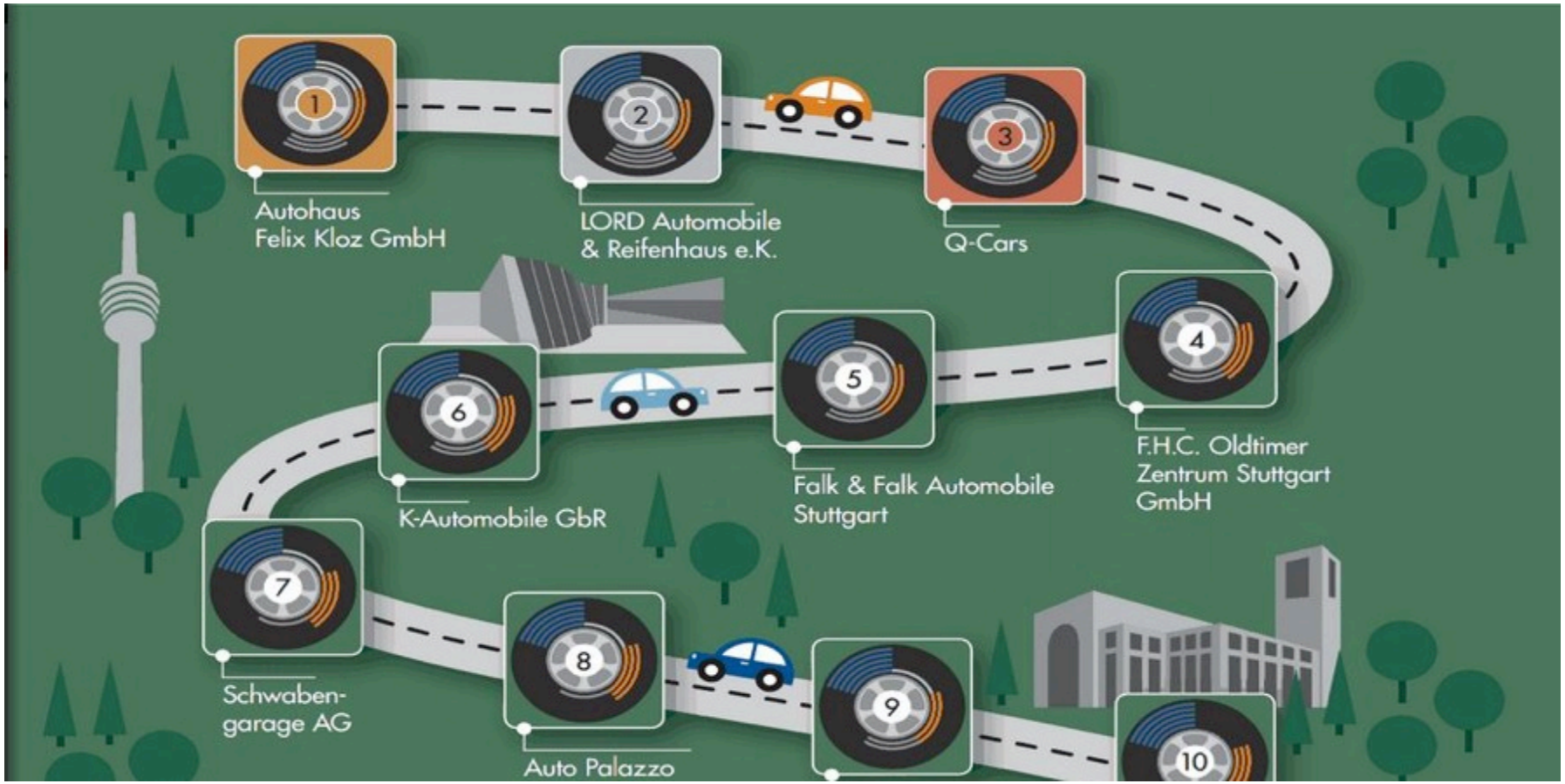
- Konservativer Ansatz
- Eklektischer Ansatz
- Euphorischer Ansatz
- Komplett-Ansatz



Quelle: Recruiting im Social Web (Rath, Salmen, Hrsg.)

Autohandel in Stuttgart

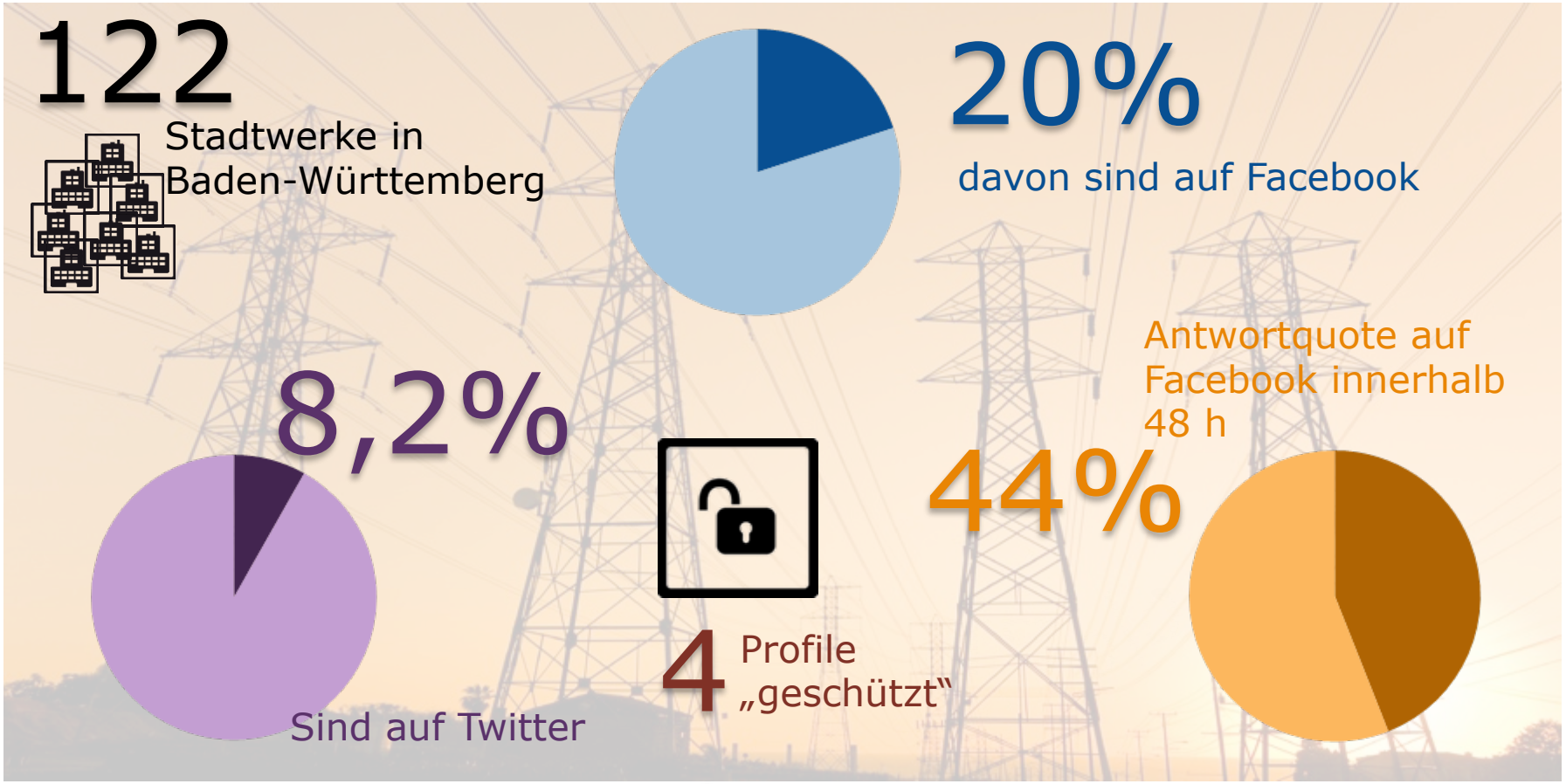
Die Überholspur ist noch weit entfernt.



divia Social Media Score Automobilhandel Stuttgart, Oktober 2013,

Stadtwerke in Baden-Württemberg

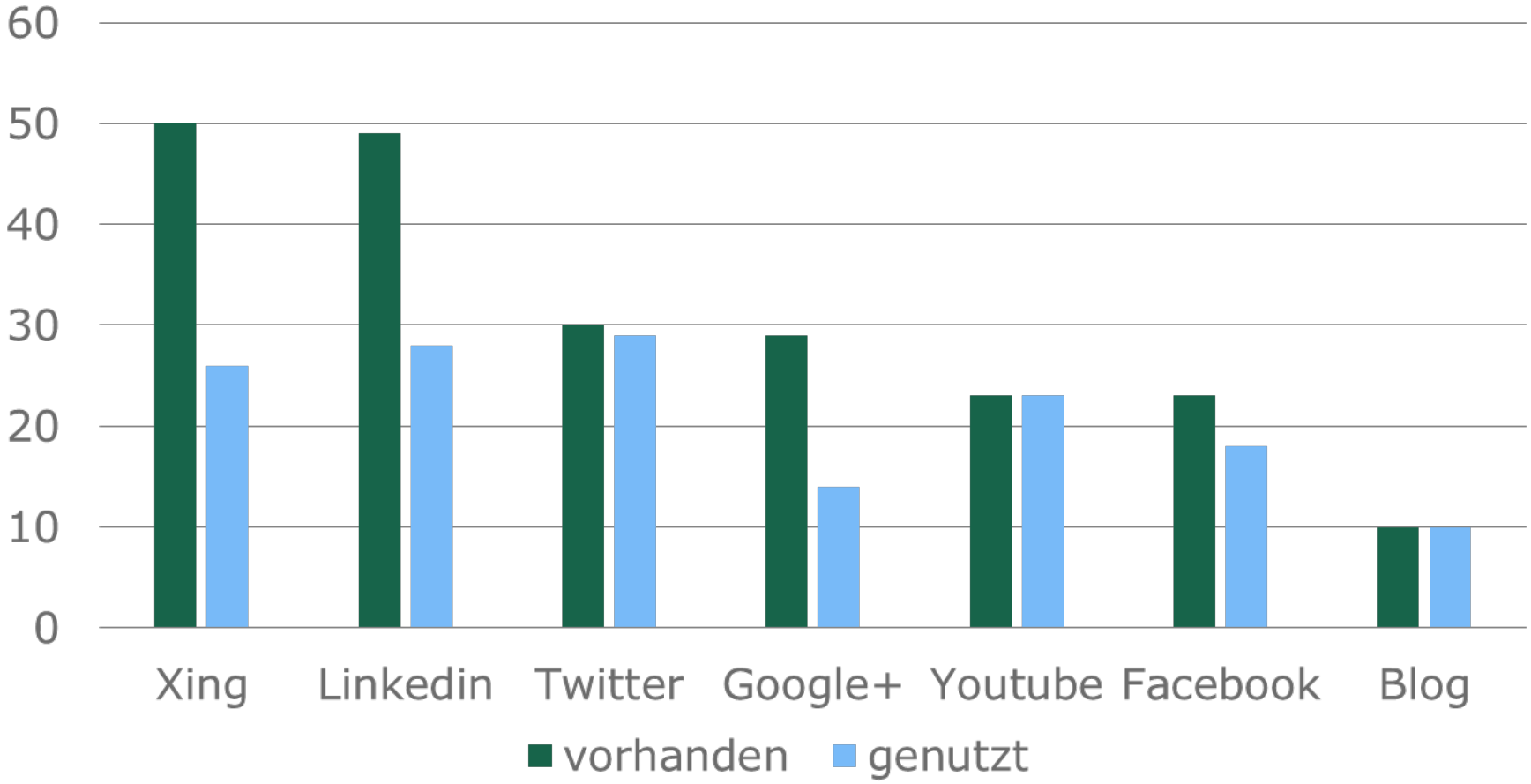
Reales Social Media Engagement weit hinter „Studien“zahlen.



divia Stadtwerkestudie 2014 - den Wandel verstehen, kommunizieren und nachhaltig gestalten

Deutschlands Top 50 Anwaltskanzleien

Gute Papierform, hohe Einsatzquote ...



Quelle: divia Social Medis Score, Top 50 Anwaltskanzleien in Deutschland, November 2013.

Deutschlands Top 50 Anwaltskanzleien

Auf den zweiten Blick eher schwach … – auch das Wie des Einsatzes entscheidet

Norton Rose Fulbright
Gestern

Happy New Year from all of us at Norton Rose Fulbright.

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Norton Rose Fulbright
Gestern

Wishing you a bright and prosperous 2014 from your friends at Norton Rose Fulbright. .

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Hibah Aqsa Mohammed gefällt das.

Schreibe einen Kommentar …

Norton Rose Fulbright
1. Januar

Cheers to the New Year! Wishing you a Happy Holiday season from the team at Norton Rose Fulbright.

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Norton Rose Fulbright
Gestern

Wishing you peace, joy & happiness in the new year.

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Norton Rose Fulbright
Gestern

May each and every day of the new year bring you happiness. From your friends at Norton Rose Fulbright.

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Norton Rose Fulbright
1. Januar

Paix, joie et bonheur pour la nouvelle année.

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Norton Rose Fulbright
1. Januar

To our Followers, Friends and Favorites: wishing you good times,

Quelle: divia Social Medis Score, Top 50 Anwaltskanzleien in Deutschland, November 2013.

Im Einsatz beim Folienjack

Autohaus Wilhelm Müller in Donzdorf

Mercedes-Benz

Autohaus Müller Donzdorf

DIE HERAUSFORDERUNG

- Ansprache der Zielgruppe 18- 35 Jahre
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades und der Reichweite im Internet
- Vorstellung der Verankerung des Autohauses in der Region

VORGEHEN

- Entwicklung Strategie und Wochenplan mit durchschnittlich 3 Beiträgen pro Woche
- Aufbau Facebook Page und Kampagnen
- Schulung für eigenständige Administration
- Foto-Wettbewerb zum Tag der offenen Tür

ERGEBNISSE

- 200 Fans in 24 Stunden gewonnen
- Über 7.000 Facebook-Nutzer täglich erreicht
- Facebook No.1 in der Region
- Größerer redaktioneller Freiraum (auch adhoc)

Das Behaltenswerte

Fünf Statements zu Social Media, die Sie mitnehmen können.

- Social Media hat sich etabliert und wird nicht verschwinden.
- Wer sein Engagement plant, muss keine Angst haben.
- Zuschauen ist das Minimum: Wissen, was andere über das Unternehmen sprechen.
- Social Media als Kanal in den Marketingmix integrieren.
- Günstiges Werbeformat

divia
Martin Reti
Senior Consultant
Email: martin.reti@divia.de
Tel.: +49 (0) 172 8400880