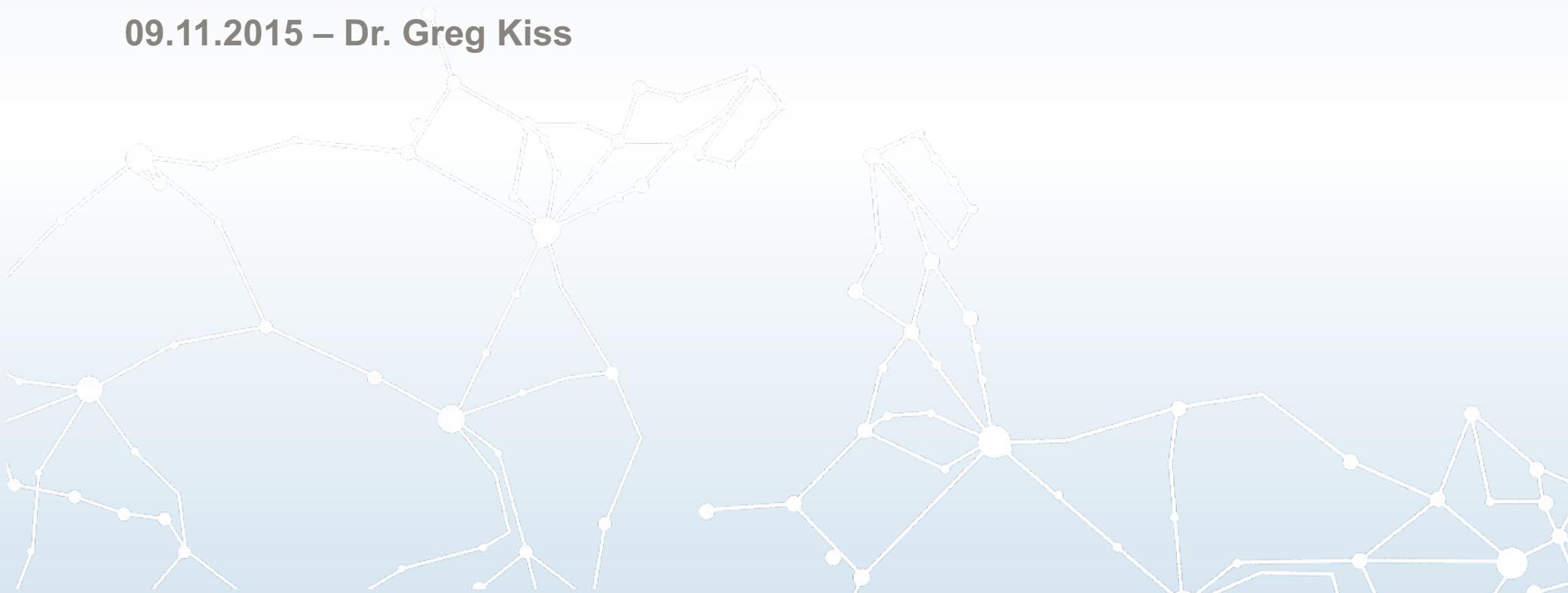


Social Media Marketing im FMCG-Bereich

09.11.2015 – Dr. Greg Kiss



Lernergebnisse: Social Media Marketing im FMCG-Bereich

- Nach Abschluss der Veranstaltung sind Sie als Studierende in der Lage, Begriffe wie Social Media, Online Marketing, Partizipation & Interaktion, User Generated Content **zu erklären und voneinander abzugrenzen.**

- Nach Abschluss der Veranstaltung sind Sie in der Lage, die wichtigsten Trends, die Einfluss auf das Social Media Marketing haben können, **zu beschreiben und zu bewerten.**

- Nach Abschluss der Veranstaltung sind Sie in der Lage **zu beurteilen**, welche Wirkungen von Social Media Marketing Maßnahmen zu erwarten sind und wann der Einsatz folglich ökonomisch sinnvoll ist und wann nicht.

Literaturempfehlung:

- Weinberg (2014): Social Media Marketing, 4. Auflage
- Grabs/Bannour/Vogl (2014): Follow me!, 3. Auflage
- Bernecker/Beilharz (2012): Social Media Marketing, 3. Auflage

Agenda



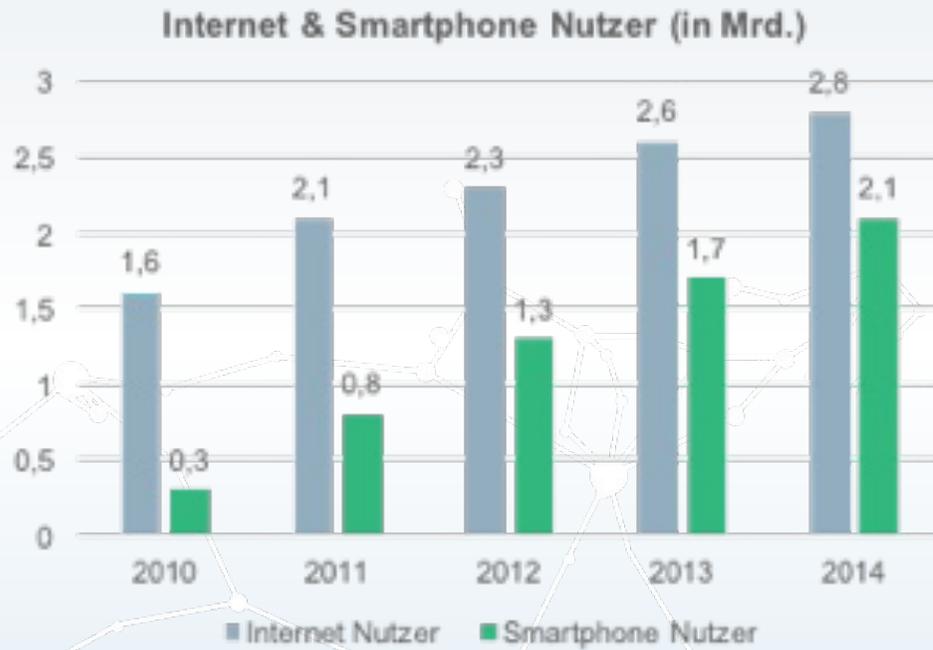
Theoretische Herleitung

1. Bedeutung von Social Media
2. Definition und Einordnung von Social Media Marketing

Operative Ausgestaltung

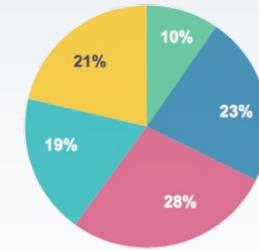
3. Einsatz von Social Media in der Marketing-Umsetzung
4. Social Media Marketing für ein FMCG-Hersteller

1. Zunehmende Anzahl der Internet- & der Smartphone-Nutzer



1995
35MM+ Internet Users
0.6% Population Penetration

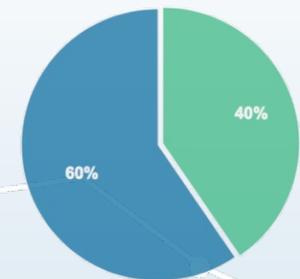
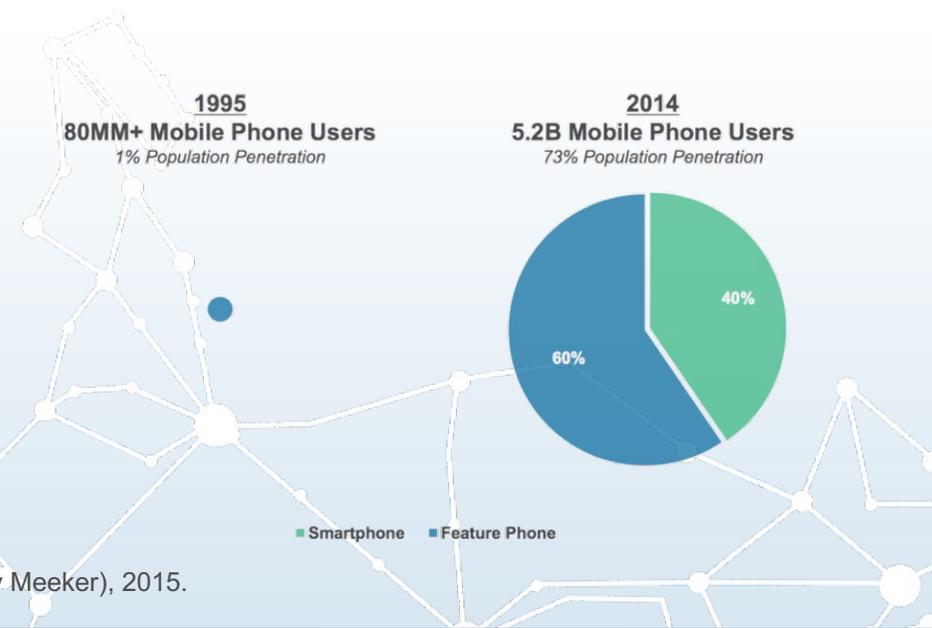
2014
2.8B Internet Users
39% Population Penetration



■ USA ■ China ■ Asia (ex. China) ■ Europe ■ Rest of World

1995
80MM+ Mobile Phone Users
1% Population Penetration

2014
5.2B Mobile Phone Users
73% Population Penetration



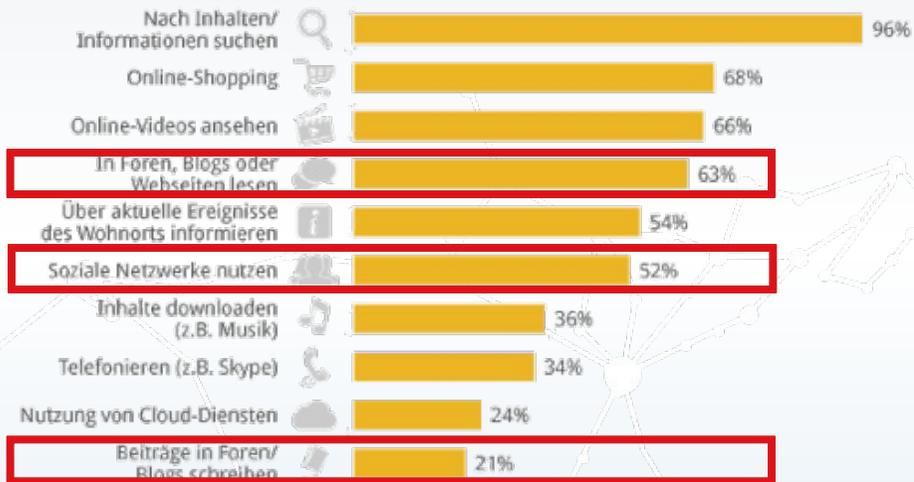
■ Smartphone ■ Feature Phone

Quelle: ITU, Informa, KPCB (Mary Meeker), 2015.

1. Zunehmende Internet-Nutzung für Shopping & Social Media

Deutsche Internetnutzer shoppen min. 1x pro Woche im Netz

Anteil der deutschen Onliner, die das Internet ein- oder mehrmals die Woche für Folgendes nutzen



Quelle: D21-Digital-Index, Statista, 2014.

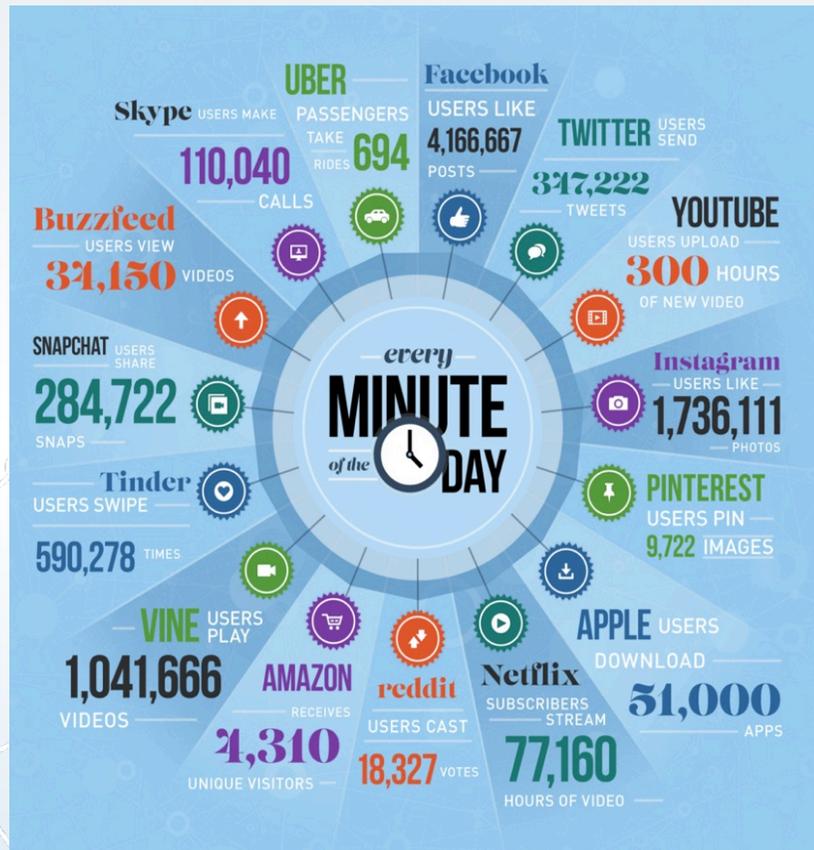
Social Media frisst die meiste Online-Zeit

Zeit, die deutsche Onliner pro Monat im Internet verbringen nach Kategorien (in Mio. Stunden)*



Quelle: ComScore, Statista, 2014.

1. Internet Nutzer werden zu aktiven „Produzenten“ von Inhalten



Quelle: James, CEO DOMO, 2015.

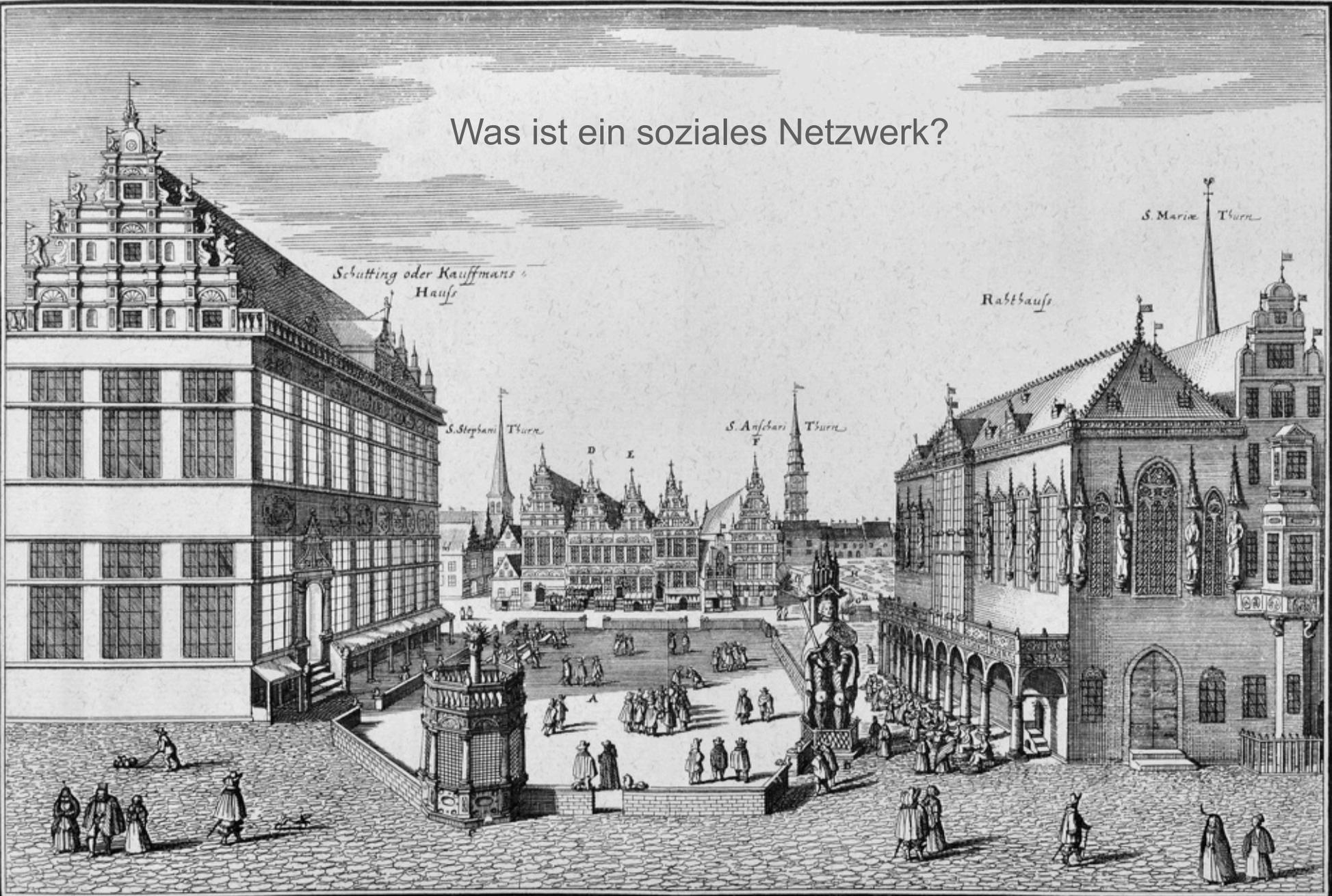


Quelle: Brian Solis, Jesse Thomas, 2010.

1. Marketing im 21sten Jahrhundert wird „Community“ orientiert



Was ist ein soziales Netzwerk?



A. Der Markt. B. Statua Rolandi. C. Pranger. D. Apothec. E. Accise Haus. F. Wein Haus. G. Beurs oder Spatzier plate. H. S. Maria Kirchhoff.

A top-down view of a silver laptop with a black screen. The screen displays red text. Below the screen, several hands of different skin tones are positioned over the keyboard, suggesting collaborative work or social interaction. The hands are of various ethnicities, including dark-skinned and light-skinned individuals. Some hands are wearing jewelry like rings and bracelets.

*Soziale Netzwerke beschreiben soziale Interaktionen
verschiedener Personen miteinander.*

Quelle: Mitchell, 1969.

*Sobald sich dieser Vorgang (Interaktion/Partizipation) auf Online-
Community-Plattformen abspielt, spricht man von Social Media.*

Quelle: Boyd/Ellison, 2007.

2. Definition von Social Media Marketing

- Social Media Marketing ist eine **Unterdisziplin des Online Marketings** und beschreibt die **zielgerichtete und marktorientierte Nutzung sozialer Medien.**

Quelle: in Anlehnung an Bernecker/Beilharz, 2012.

- Dabei sollte zwischen **aktivem und passivem/reaktivem Social Media Marketing** differenziert werden.

Quelle: in Anlehnung an Ivens, 2013.

<p>facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> Find and "Like" 5 Pages Comment on 2 Pages a day 2 posts a day related to your brand Always include a Call To Action (i.e. comment, like, share) Add hashtags so your posts appear on trending topics <p>pro tip Don't forget to tag people and pages in your posts</p>	<p>twitter</p> <ul style="list-style-type: none"> 3 new Tweets a day (Can be business related, fun/social, promotional. Try to amplify your followers' communities) Add #tags so your posts appear on trending topics 2 reTweets a day Follow 10 new people a day <p>pro tip Add comments w/ reTweets (E.G. Awesome! RT @InnoCentive How #crowdsourcing uncovers new Cancer-killing compound. http://bit.ly/18uJQDz)</p>	<p>LinkedIn</p> <ul style="list-style-type: none"> Connect with 3-5 new people a week Follow 3 new companies a week Request 1-2 new recommendations a week Repost all blog posts on newsfeed <p>pro tip Post a relevant industry news item on newsfeed with a Call To Action</p>
<p>Pinterest</p> <ul style="list-style-type: none"> Create a new Pin board relevant to your business every week & tweet about it Allocate 15-20 minutes a day to add to your existing boards Encourage followers to Pin to your boards Follow 3-5 new Pinners a week <p>pro tip Always use appropriate keywords and hashtags in your pins, boards and descriptions</p>	<p>Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> Post 1 photo per day Use appropriate hashtags in your descriptions Follow 10 new people a day Comment on 5 follower posts a day Like 20-30 your of follower's images per day Tag the location of your photo when applicable <p>pro tip Try to use these images on all platforms. Link back to the community whenever possible!</p>	<p>foursquare</p> <ul style="list-style-type: none"> Check in to your office daily Encourage coworkers to join Foursquare and follow Seek out your new Twitter followers through Foursquare Create checkins for all your special events & promote in advance of the event. Add 2-3 tips & reviews on local establishments per week <p>pro tip Repost your Foursquare checkins on Twitter with appropriate commentary</p>
<p>Blog/Blogger Outreach</p> <ul style="list-style-type: none"> Write 1 blog post a day Reach out to community bloggers & comment on 2-3 blogs per day Look for 1 new blog a day to bookmark & follow Repost all blog content on applicable social platforms (FB/Twitter/G+/LinkedIn) <p>pro tip Connect with new blogs on their other social platforms (Twitter/Instagram/FB/G+)</p>	<p>Google+</p> <ul style="list-style-type: none"> Add 5 new people to your circles per day Share new and relatable content to your business 2x a day Offer & host a Google + Hangout session for an industry related topic 1x week <p>pro tip Make sure your posts are set to public, use #tags, & categorize followers if possible</p>	<p>reddit</p> <ul style="list-style-type: none"> Create a subreddit group for your community Create 1 new thread a day Monitor new threads with automated email alerts Participate in 2-3 Reddit threads a day unrelated to your company Perform AMA interviews when applicable <p>pro tip Engage don't promote. Reddit offers you an opportunity to engage directly with your community</p>

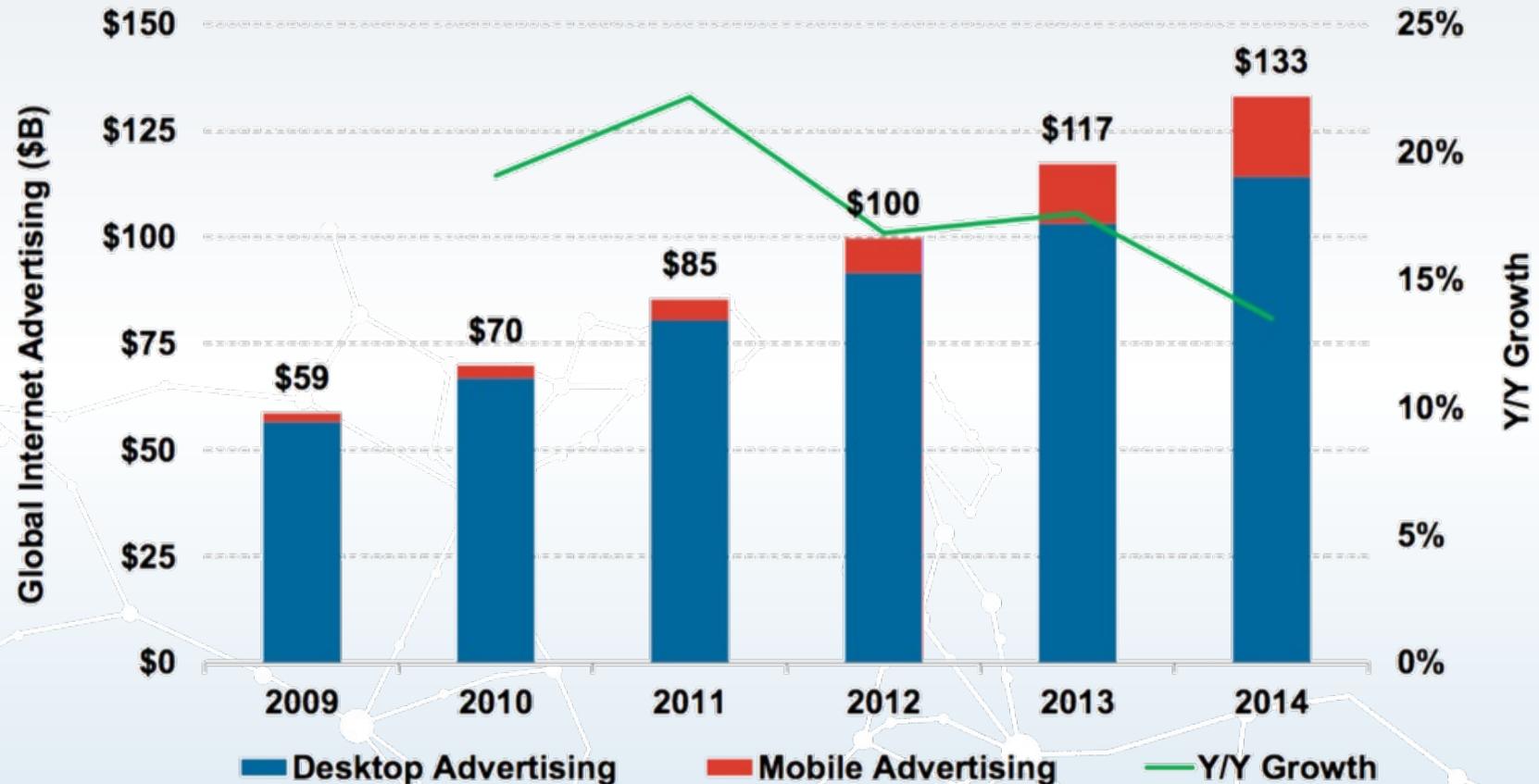
2. Einordnung von Social Media Marketing

Definition: Beim Online Marketing wird das Marketing (4P) in Online-Medien umgesetzt. Dabei liegt der zentrale Fokus des Online Marketings häufig auf der Kommunikationspolitik.

Online Marketing



2. Wachsende weltweite Ausgaben für Online Marketing



Quelle: PWC Global Entertainment & Media Outlook, KPCB (Mary Meeker), 2015.

Agenda

Theoretische Herleitung

1. Bedeutung von Social Media
2. Definition und Einordnung von Social Media Marketing

Operative Ausgestaltung

3. Einsatz von Social Media in der Marketing-Umsetzung
4. Social Media Marketing für ein FMCG-Hersteller

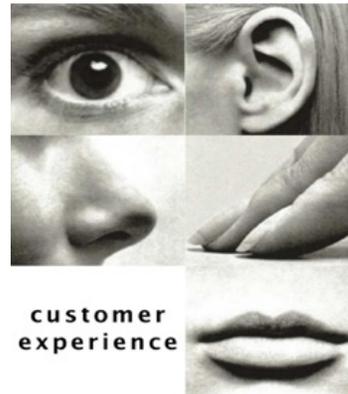
3. Warum Social Media für das Marketing **wichtig** ist?

Wenn Kunden nicht miteinander kommunizieren können...



...werden **ca. 20% der Kaufentscheidungen** anhand der **klassischen Werbung** getroffen!

Wenn jedoch Kunden miteinander kommunizieren können...



... werden **ca. 75% der Kaufentscheidungen** anhand von **Kunden-erfahrungen** getroffen!

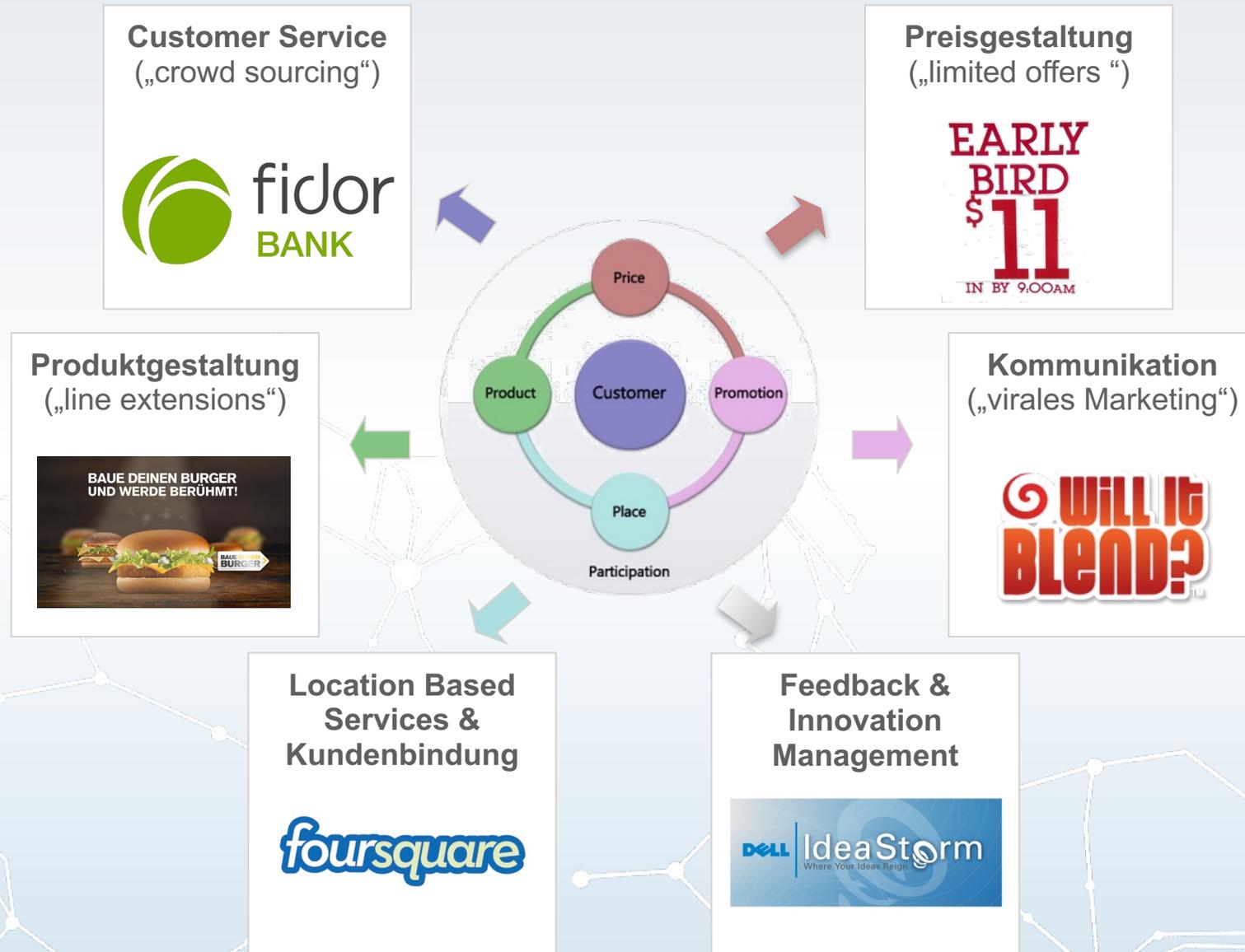
Quelle: Peppers, 2010.

3. (Re-)Aktive Social Media Marketing Strategie



Quelle: in Anlehnung an Weinberg, 2014.

3. Erweiterter Social Media Einsatz im Marketing-Mix

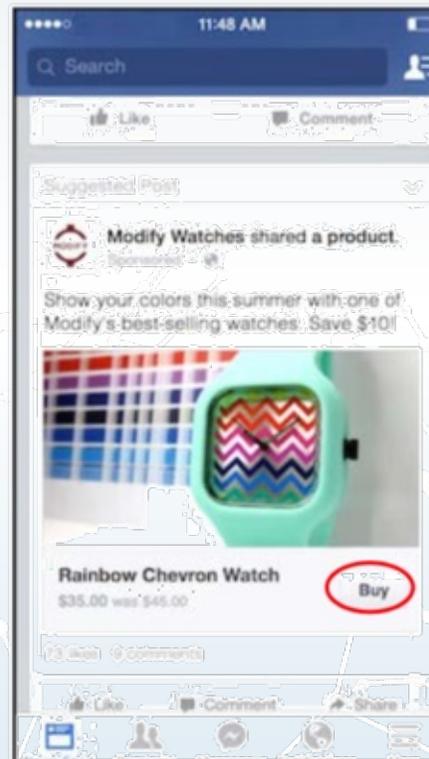


3. Social Media Exklusivangebote mit direkter Bestellmöglichkeit

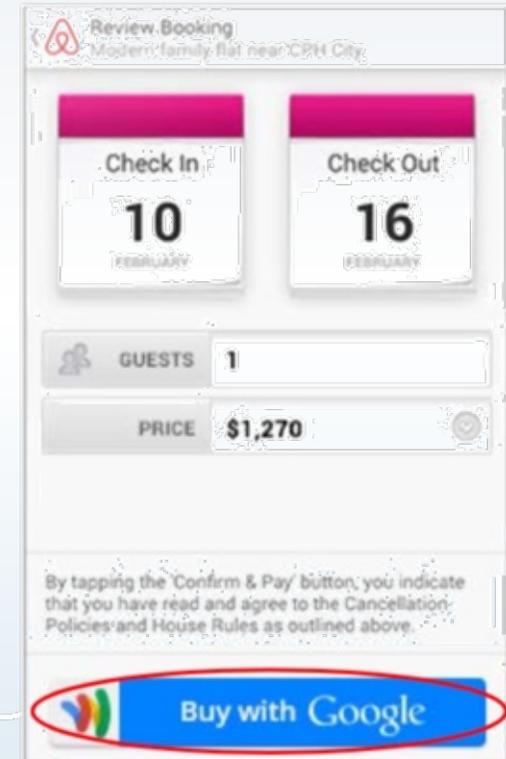
Twitter



Facebook



Google



4. Social Media Marketing für ein FMCG-Hersteller



- >3.500 Produkte im Bereich „schnellebiger Verbrauchsgüter“ (Getränke) in 206 Ländern der Welt.
- **Bekannteste Marke der Welt** (94% der Weltbevölkerung kennt Coca-Cola).
- **129 Jahre Unternehmensgeschichte** mit aktuell 146.200 Mitarbeitern weltweit.



Quelle: in Anlehnung an Bruhn, 2014.

Coca-Cola @CocaCola · 15h
 Hey Christopher, #ShareACoke is back! Order bottles labeled with your name. Get yours now: bit.ly/1BcGuAA



Share a **Coke** with **Christopher**

252 216 View photo

Promoted

Coca-Cola @CocaCola
 Red, white and beautiful. We're proud to support all of the athletes representing America. #AmericasBeautiful
pic.twitter.com/uoFwt8O11B



5:38 PM - 6 Feb 2014

Coca-Cola @CocaCola
 Time for a Royal Celebration! #Royalbaby



Time for a royal celebration...
 Share a **Coke** with...

#ShareaCoke open happiness™

Coca-Cola @CocaCola
 Words can't describe how a sip of Coke feels, but "This Is AHH" can! Watch the TV ad made from your videos: youtu.be/XokGFN86ljc

1:29 AM - 22 May 2014

YouTube @YouTube

Coca-Cola
 Twitter Chat

Coca-Cola - "This Is AHH" :30 (The Coke ...)



0:31 / 0:31

136 540



Hello, Heart Owner

This February we helped raise awareness about women's heart health.

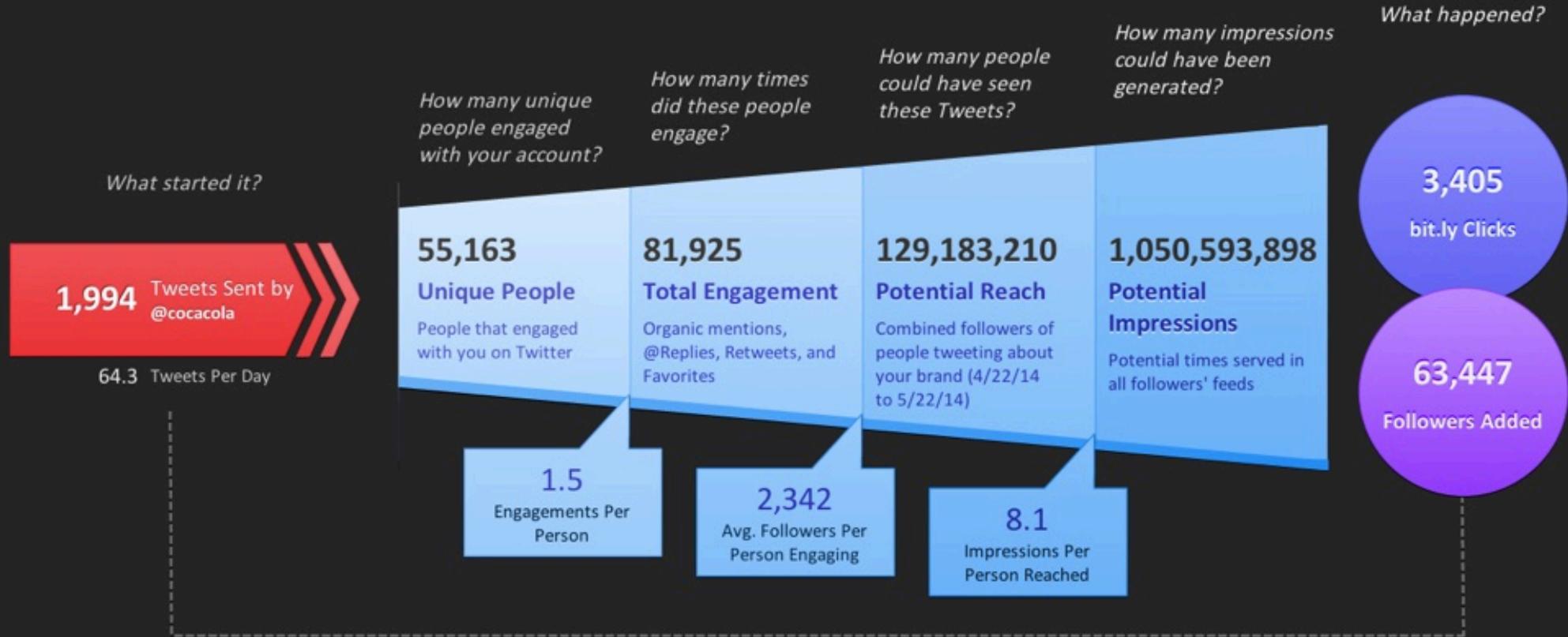
Thanks for joining us to #ShowYourHeart.

FOR EVERY PHOTO SHARED WITH #SHOWYOURHEART THROUGH 2.7.13, DIET COKE WILL DONATE \$1 TO SUPPORT WOMEN'S HEART HEALTH PROGRAMS.

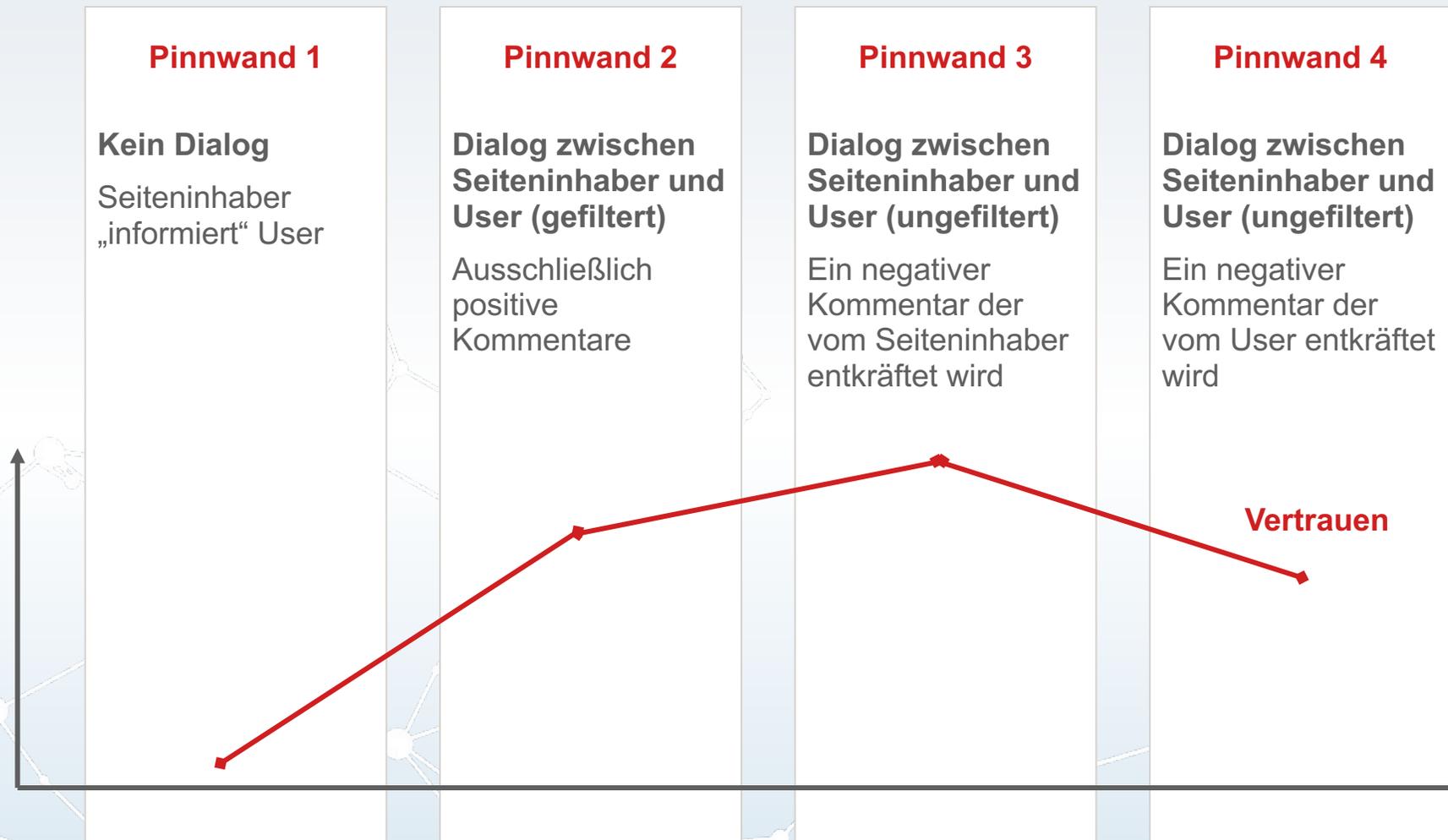


Diet Coke

Twitter Engagement Megaphone



Exkurs: **Wirkung von Pinnwänden** auf das empfundene Vertrauen



Quelle: Gresel, Schäfers, Basting, 2012.

Zusammenfassung: Social Media Marketing im FMCG-Bereich

Bedeutung von Social Media

- **39% der Weltbevölkerung (Stand: 2014) nutzt aktiv das Internet** – überwiegend für Informationssuche, Online Shopping und Social Media (bis zu 5,3h am Tag).
- **>70% der Internetnutzung weltweit erfolgt mit mobilen Endgeräten.**

Einsatz von Social Media im Marketing

- Der **Einsatz von Social Media im Marketing (4P) ist vielfältig**. Top-30 der markt-orientiertesten Unternehmen nutzen Social Media häufiger und aktiver als alle anderen.
- Im Mittelpunkt des Einsatzes steht **ein Mehrwert für den Kunden** (Pull statt Push).

Wirkung von Social Media im Marketing

- „Man kann **nicht nicht kommunizieren**“. Durch eine aktive Social Media Strategie kann die Zielgruppe spezifisch angesprochen werden und eine positive/virale Kampagne zum Aufbau von Bekanntheit initiiert werden (Beispiel: EA, BendTech).
- **Weitere positive Effekte** durch Social Media erzielbar (Vertrauen, Empfehlungen etc.)

Zukunft von Social Media Marketing

- Durch Einsatz von Social Media und Location Based Marketing Maßnahmen werden in Zukunft **lokal ausgerichtete Kampagnen**, z.B. bezogen auf eine einzige Stadt oder eine Filiale/Flagship Store, stark an Bedeutung gewinnen.

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

**Für Fragen stehe ich gerne
zur Verfügung.**



<https://www.facebook.com/gregkiss75>



<https://www.linkedin.com/in/gregkiss>



https://www.xing.com/profile/greg_kiss