

→ Social Media news

++ Neue Kunden & Projekte ++ konstruktiv ist PMD ++ Mit Pizza und Persönlichkeit zu 300.000 Fans ++

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Social Web wächst weiter – Nicht nur die Zahl der Privatnutzer steigt, viele Unternehmen sind mittlerweile bereits aktiv in verschiedenen Netzwerken vertreten. Dementsprechend wächst der Wunsch nach professioneller Betreuung und Beratung, Planung und Umsetzung von Kampagnen und Aktionen im Social Web. Ein Beispiel, wie erfolgreiches Engagement im Social Media Marketing aussehen kann, lesen Sie im exklusiven Einblick in unsere Arbeit für Pizza Hut in der aktuellen Ausgabe des Social Media Newsletters. Viel Spaß beim Lesen!



Christian Pansch, Prokurist und Teamleiter Social Media

Neue Kunden & Projekte



Mit dem E-POSTBRIEF in den Festival-Sommer starten: konstruktiv realisiert Facebook-Kampagne für die Deutsche Post AG und schickt die Fans auf Festivals.



Für HEINZ läuten wir mit der passenden Facebook-Aktion den Sommer ein: Tickets für Freizeitparks konnten für eine HEINZ Story gewonnen werden.



Born to be wild: konstruktiv betreut Harley-Davidson Deutschland im Social Web und verüfflicht die Fanzahl in weniger als vier Monaten.



Live young mit evian! konstruktiv startet für evian Deutschland mit großer Reichweitenaktion auf Facebook und erfrischt die deutschen Fans mit tollen Gewinnen.



Cybersale: Für Cyberport, den Spezialisten für innovative Technik, und deren Fans realisieren wir eine App für exklusive Sonderangebote auf Facebook.

konstruktiv ist Facebook® Preferred Marketing Developer

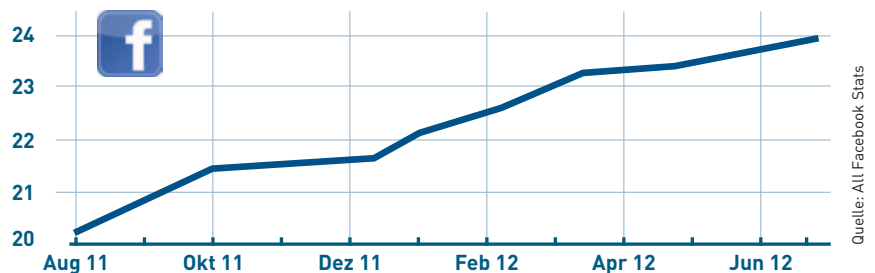
Mit dem Programm „Preferred Marketing Developer“ (PMD) gibt Facebook Unternehmen Hilfestellung, die auf der Suche nach einem geeigneten und qualifizierten Dienstleister sind. Seit April 2012 ist nun auch konstruktiv, als eine von wenigen Agenturen in Deutschland, Mitglied des Programms. Das macht uns nicht nur stolz, sondern zeigt auch, dass wir mit unserem Schwerpunkt in der Entwicklung von Applikationen, in Form von Games, Gewinnspielen und Shops, auf dem richtigen Weg sind: „Die Aufnahme von konstruktiv in das Preferred Marketing Developer Programm ist für uns eine

tolle Bestätigung unserer Arbeit der letzten Jahre“, so Christian Pansch, Teamleiter der Social Media Unit. „Wir freuen uns sehr, dass die Erfahrung bei der Entwicklung von mittlerweile über 50 Facebook-Apps für unsere Kunden nun offiziell ausgezeichnet wurde.“

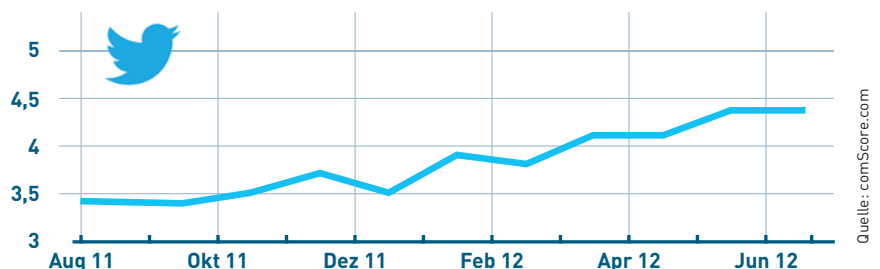


<https://developers.facebook.com/preferredmarketingdevelopers>

Wachstum von Facebook in Deutschland (Nutzer in Mio.)



Wachstum von Twitter in Deutschland (Besucher in Mio.)



Mit Pizza und Persönlichkeit zu über 300.000 Fans bei Facebook

 Mit aktuell weit mehr als einer Viertelmillion Fans ist Pizza Hut Deutschland ganz vorne dabei, wenn es um erfolgreiche Marketing-Aktivitäten auf Facebook geht. Und das innerhalb kürzester Zeit: In nicht mal einem Jahr konnte durch eine lebendige und ebenso effektive Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur die Zahl der Fans von Null auf diesen Traumwert erhöht werden. Der Startschuss der Aktivitäten auf Facebook fiel im Oktober letzten Jahres, nachdem Strategie und Ausrichtung festgelegt wurden. Den Kickstart setzte eine mehrstufige Gewinn-Aktion: Als Incen-

tive gab es hierbei für jeden neuen Fan einen 5€-Gutschein, der in einem beliebigen Pizza Hut Restaurant in Deutschland eingelöst werden konnte. So konnten binnen eines Monats bereits über 30.000 Fans vom Start weg aufgebaut werden. Ein schönes Beispiel für Anreize, abseits von iPads & Co. und gleichzeitig eine wirkungsvolle Verknüpfung zwischen Online- und Offline-Maßnahmen, um Facebook-Fans in die Stores und Restaurants vor Ort zu führen.

Auf den Dialog kommt es an

Auf der Pinnwand wird mit den Fans auf Augenhöhe kommuniziert, auf Fragen wird



Pizza Hut sagt Danke für 200.000 Fans

zeitnah und verständnisvoll eingegangen und Feedback – egal ob positiv oder auch negativ – aufgenommen und direkt an die Filialen weitergegeben. „Im Dialog zu stehen und dabei zu zeigen, dass man auf die Belange der Fans eingeht, sind das A und O in der Betreuung“, erklärt Jaisha Laduch, zuständige Projektmanagerin. Das Rezept für zufriedene Fans hat dabei verschiedene Zutaten: Ob Fragen nach ihren Lieblings-Pizzen, Aufgreifen von Events, wie z. B. der diesjährigen EM in Form von Länderpizzen oder schlichtweg die geteilte Leidenschaft für Pizza – der Themenpool ist so vielschichtig wie die Fans selbst. Durch die Vielfalt der Inhalte ergeben sich immer wieder unterhaltsame, längere Dialoge mit oft vielen



<https://www.facebook.com/pizzahut.de>


 6. Oktober
Launch der Facebook-Page von Pizza Hut Deutschland und Start der Aktion „Pizza Hut sucht 30.000 Fans“ 👍 43

 Ende Oktober
Jeder registrierte Teilnehmer erhält einen 5€-Gutschein für eine Pizza Hut Filiale seiner Wahl 👍 275

 Dezember
Facebook-App „Pizza Hut Weihnachtswunsch“ – Pizza Hut erfüllt die Wünsche der Fans für Freunde und Familie 👍 72

2011

 7. Oktober
6.000 Fans bereits am ersten Tag 👍 27

 30. November
Nach nur knapp 2 Monaten nach Start bereits 50.000 Fans 👍 114

2012

 2. Februar
100.000 Fans – unter allen Fans werden zu diesem Anlass Pizza Hut Gutscheine verlost 👍 258

hundert Kommentaren, Likes, Shares und Interaktion mit der Marke. Wie diese Interaktion sogar bis in die Filiale weitergetragen werden kann, zeigen Aktionen, bei denen die Fans aus vier neuen Aktionspizzen ihre persönliche Lieblingspizza wählen konnten. Die Pizza mit den meisten Stimmen wurde nach Abschluss des Votings fest in die neue Speisekarte aufgenommen und den Fans somit ein echtes Mitspracherecht gegeben.

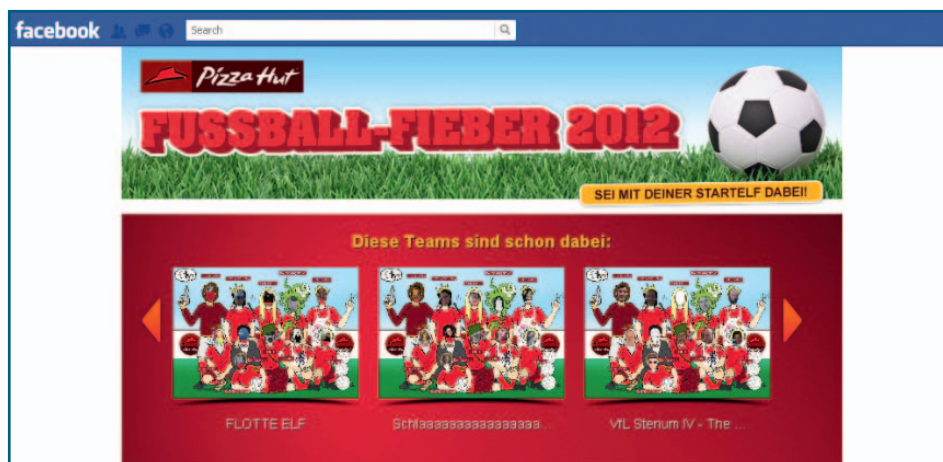
Interaktive Apps für den Pizza-Fan

Die zur EM gestartete „Fußball-Fieber 2012“-Aktion setzt auf die soziale Dynamik

der jungen Fangemeinde: Der User stellt Elfer-Teams zusammen, indem er zehn seiner Facebook-Freunde einlädt, Team-Fotos erstellt und hierdurch nebenbei auf die Page aufmerksam macht. Zur Belohnung gibt es Pizza-Gutscheine. Einfache Bausteine, die jedoch im Zusammenspiel ihre Wirkung nicht verfehlen: „Die Kombination von Leidenschaft für Pizza und zielgruppengerechter Ansprache, in Verbindung mit genauso sympathischen wie viralen Aktionen, sind bei der Betreuung eines Facebook-Auftritts der Schlüssel zum Erfolg“, fasst Social Media Teamleiter Christian Pansch zusammen.

In wenigen Schritten zu begeisterten Fans:

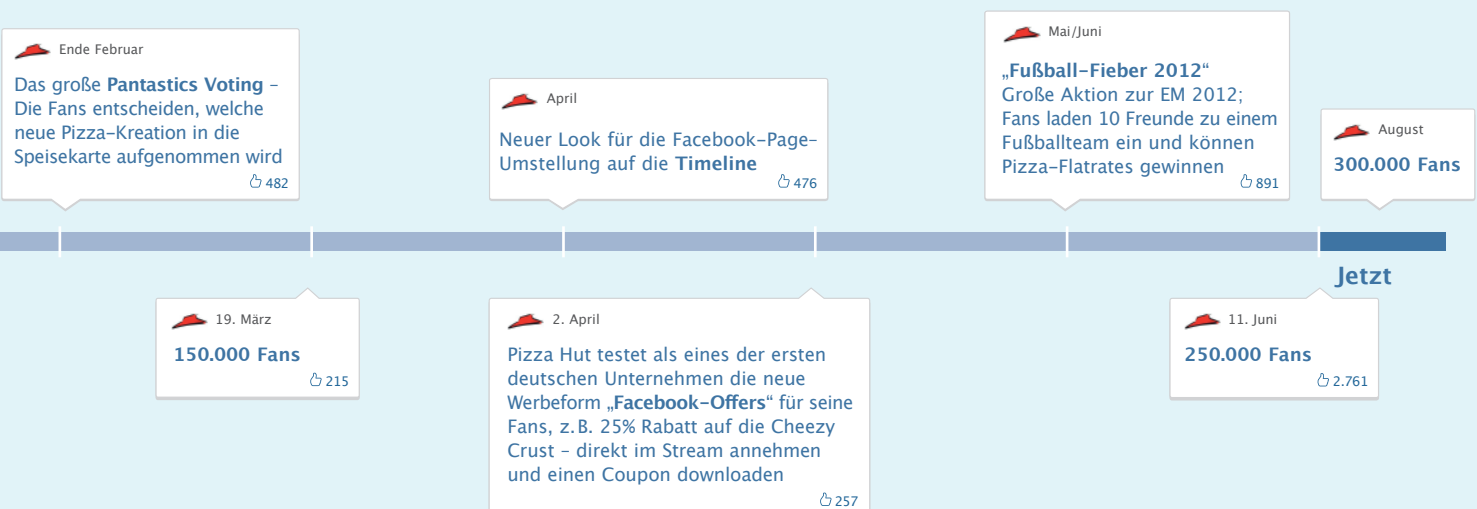
- Nehmen Sie Ihre Fans und den Dialog mit ihnen ernst – sie werden es Ihnen danken!
- Bieten Sie den Fans Mehrwerte, die weit über das Posten von Pressemitteilungen hinaus gehen!
- Involvieren Sie Ihre Fans, um so eine lebendige Interaktion mit der Marke zu kreieren!
- Reagieren Sie zeitnah auf Probleme oder Fragen der Fans!
- Geben Sie auch Ihren Fans ein „Danke“ zurück!



Facebook-App „Fußball-Fieber 2012“ passend zur EM

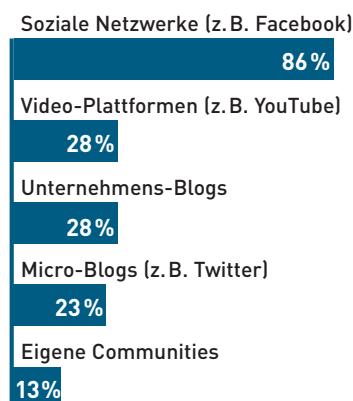
Gefällt Fans und Unternehmen

Eine große Fangemeinde dank eines interaktiven Facebook-Auftritts gibt Unternehmen nicht nur ein sympathisches Image, sondern kann auch einen enormen wirtschaftlichen Nutzen bewirken, wie sich am Beispiel Pizza Hut zeigt. So werden Fans, die sich mit dem Unternehmen identifizieren, zu Markenbotschaftern, indem sie interessante, unterhaltsame Beiträge mit ihrem Freundeskreis teilen. Und natürlich auch ihren Lieblingsmarken die Treue halten.



Social Media in Deutschland

Aktuell kommunizieren in Deutschland 29,6 Millionen Mitglieder, also rund 53 Prozent der Internetnutzer, in sozialen Netzwerken. Mit über 90 Prozent belegen die 16- bis 24-Jährigen weiterhin den Hauptanteil der Nutzer. Doch auch die älteren Generationen ziehen nach: Bereits mehr als 30 Prozent der 45- bis 64-Jährigen sind mittlerweile aktiv. In Deutschland gilt Facebook, mit derzeit mehr als 23 Millionen registrierten Nutzern, nach wie vor als reichweitenstärkstes Netzwerk, gefolgt von YouTube und Twitter.



Quelle: BITKOM, 2012

Genutzte Social Media Plattformen in Unternehmen

Umfragen der IHK zufolge, nutzen erst 47 Prozent der deutschen Unternehmen soziale Netzwerke, um Zielgruppen hier direkt zu begegnen und bestehende Marketing-Aktivitäten auszuweiten.

Werben auf Facebook

„Erreiche mit zielgerichteten Werbeanzeigen und gesponserten Meldungen potentielle Kunden und vergrößere dein Publikum auf Facebook.“ So beschreibt die Plattform selbst sehr treffend die Werbemöglichkeiten innerhalb des Netzwerks. Diese bieten für Unternehmen und Marken ein mehr als attraktives Potential: 900 Millionen Mitglieder, die vieles über sich und die eigenen Interessen und Gewohnheiten preisgeben. Hierdurch lassen sich demografische Details exakt eingrenzen, um so die eigene Zielgruppe möglichst genau anzusprechen. Inzwischen existieren diverse Anzeigen-Modelle. Neben der klassischen Anzeige, einer Kombination aus Text und Motiv, sind insbesondere die Varianten mit sozialen Komponenten, sogenannte „Gesponserte Meldungen“, Erfolg versprechend. Hierbei können z. B. ausschließlich Freunden von bestehenden Fans der Marke die

Kurz und knapp:

- Mehr als 900 Millionen potentielle Interessenten
- Exakte Aussteuerung der Anzeigen nach Ort, Alter, Interessen & Co.
- Soziale Komponente, womit im Namen bestehender Fans geworben wird
- Anzeigen für Fanpages, Veranstaltungen, Applikationen und Webseiten
- Flexible Budgetverwaltung
- Abrechnung über CPC und CPM
- Detaillierte Daten und Berichte über Erfolg der Anzeige

Anzeigen zugestellt werden. Die Einsatzmöglichkeiten sind groß: Angefangen als Unterstützung beim Aufbau erster Fans bis hin zur Begleitung von Aktionen und Kampagnen – online als auch offline – bieten die Anzeigen eine effektive Möglichkeit, um Reichweite auf- und auszubauen.

Unsere Leistungen im Bereich Social Media Marketing:

- Social Media Strategieentwicklung, Beratung & Workshops
- Konzeption und Durchführung von integrierten Social Media Kampagnen
- Entwicklung von Facebook-Apps
- Betreuung und Pflege von Twitter, Facebook und anderen Kanälen
- Blogentwicklung, Design & Blogredaktion
- Blogger Relations
- Social Media Newsrooms
- Reputationsmanagement & Social Media Monitoring

Kontakt

Wenn Sie planen, Ihr Engagement im Social Web zu starten, auszuweiten, Ihre Fanzahl zu vergrößern oder die Interaktion mit Ihren Fans zu intensivieren sowie Aktionen und Kampagnen durchzuführen, dann steht Ihnen unsere Social Media Unit hierfür gerne zur Verfügung. Sprechen Sie uns an!

Ihr Ansprechpartner in Bremen:

Christian Pansch
Prokurist und Teamleiter
Social Media
E-Mail: cp@konstruktiv.de
Tel.: +49 (0)421/27 867-26
www.konstruktiv.de/social-media



Ihr Ansprechpartner in Berlin:

Ruben Wojtecki
stellv. Teamleiter
Social Media
E-Mail: rw@konstruktiv.de
Tel.: +49 (0)30/40 20 30 99-55
www.konstruktiv.de/social-media

