

Chancen für den Einsatz von Social Media im Handel

Übersicht

- ↗ Social Media - Definition
- ↗ Nutzung neuer Medien
- ↗ Generation Y
- ↗ Chancen für den Handel
- ↗ Was ist zu beachten
- ↗ Ausblick

Social Media

- eine Frage vorab

Ist Social Media Ihrer Meinung nach nur eine Mode-Erscheinung oder wird ein echter Umbruch in der Gesellschaft daraus resultieren?

Statements

- ⇒ 1986 – Roger Smith, CEO General Motors war der Meinung, dass spätestens zur Jahrtausendwende das papierlose Büro Realität sei.
- ⇒ 1985 – Steve Jobs sagte zum Thema Laptop, dass für den Durchschnittsnutzer diese Geräte nicht nützlich seien und es außerdem auch kaum Software dafür gäbe.
- ⇒ 1995 – Bill Gates: „Das Internet ist nur ein Hype.“

Social Media

Erste Definition



Social Media ist ein Schlagwort, unter dem virtuelle Soziale Netzwerke und –gemeinschaften verstanden werden, die als Plattform, meist im Internet, zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen.



Social Media

Zweite Definition



Social Media ist

.... Kommunikation.



Social Media ist nicht

....allein durch eine bestimmte
Plattform definiert.

....nur mit dem Einsatz
bestimmter (Kollaborations-)
Werkzeuge in Verbindung
zu bringen.

Nutzung neuer Medien



Zeitraum bis 50 Millionen Nutzer erreicht waren

⇒ Radio : 38 Jahre

⇒ TV : 13 Jahre

⇒ Internet : 4 Jahre

⇒ iPod : 3 Jahre

⇔ Facebook hat in weniger als 9 Monaten 100 Millionen erreicht.

Social Media erfüllt das menschliche Bedürfnis nach

- ⇒ sozialer Interaktion : Web 2.0
- ⇒ Kollaboration : Enterprise 2.0

dass bedeutet

- ⇒ Veränderung in der Art und Weise zu kommunizieren: social-mediale Dialoge (many-to-many) statt medialer Monologe (one-to-many).
- ⇒ Veränderung in der Art und Weise des zusammenzuarbeiten: Inhalte können gemeinsam erstellt, bearbeitet, kommentiert und verteilt werden.

⇒ YouTube ist die zweitgrößte Suchmaschine der Welt.

⇒ Wikipedia umfasst mehr als 13 Millionen Einträge.

⇒ Es existieren mehr als 200 Millionen Blogs.

Generation Y



Die Generation Y (geboren nach 1980)

- ⇒ ist höchst Technik-affin – für sie gehören die Möglichkeiten des Internets und deren Nutzung zum Alltag
- ⇒ hat einen bestimmten Anspruch an das Arbeitsumfeld (Enterprise 2.0)
- ⇔ Das hat auch Einfluss auf die Durchsetzung von technischen Neuheiten sowie auf die Freizeitaktivitäten (Web 2.0).

Chancen für den Handel



1. Neue Modelle



Ein Beispiel für die Mobile Generation



Pizza Hut iPhone App: Pizza Hut bietet eine iPhone-App an, mit der man seine Pizza individuell belegen und anschließend direkt bestellen kann. Obwohl nur in den USA verfügbar, registrierte die Fast-Food-Kette in den ersten zwei Wochen 100.000 Downloads, die Umsätze stiegen (trotz/wegen eines Discounts von 20 Prozent) in drei Monaten um über eine Million Dollar.

2. Neue Vorteile



Dezidierte Kenntnisse über den Kunden

- ⇒ Anhand von Bewertungsportale erhalten Unternehmen Informationen über (potentielle) Kunden und letztendlich auch den Wettbewerb.
- ⇒ Die Beispiele Amazon und Facebook zeigen, wie durch die Zusammenführung von Daten zielgenaue Werbung geschaltet werden kann.
- ⇒ In sozialen Netzwerken werden „Spuren“ hinterlassen, die eine Potential- oder Trendanalyse ermöglichen, interessante Daten für den Handel liefern und oft sogar bei der Marktanalyse helfen.

Direktes Feedback von den Kunden

- ⇒ 25 Prozent der Suchergebnisse der 20 größten Markenartikelhersteller sind zurückzuführen auf die Einträge von Nutzern.
- ⇒ 34 Prozent der Blogger veröffentlichen ihre Meinung über Produkte und Marken.

Reputationsmanagement

- ⇒ Insbesondere kleinere Unternehmen haben hierüber vielfältige Möglichkeiten gezielt eine Öffentlichkeit zu erreichen und Trends zu setzen.
- ⇒ Der Mitteleinsatz hierbei ist - im Gegensatz zu der klassischen Öffentlichkeitsarbeit - wesentlich geringer.

Was ist zu beachten



- ⇒ Die Unternehmenskultur ist die Basis für die Planung und den Einsatz der entsprechenden Instrumente.
- ⇒ Der gezielte Einsatz von Social Media erfordert eine dezidierte Strategie.
- ⇒ Die Marketing- und Kommunikationsstrategie, eingebettet in die Social Media-Strategie, ist die Voraussetzung für den Erfolg.
- ⇒ Die Erfolgskontrolle ist unabdingbar, auch wenn es keinen ROI gibt, müssen doch messbare Ziele definiert und kontrolliert werden.

Ausblick

Im Bereich E-Commerce ist eine neue Ausprägung - Social Commerce - zu erkennen, bei der eine aktive Beteiligung der Kunden und die persönliche Beziehung sowie die Kommunikation der Kunden untereinander im Vordergrund stehen.

Empfehlung

- ⇒ Beteiligen Sie sich an dem Gespräch
- ⇒ Bieten Sie eine Plattform für den Austausch

Weitere Fragen?

Ursula Coester
Social Media Institute

(T) 02234. 202 92-11
(E) uc@ucoester.de

Social Media

- eine Frage zum Schluss

**Ist Social Media Ihrer Meinung nach nur
eine Mode-Erscheinung oder wird ein
echter Umbruch in der Gesellschaft
daraus resultieren?**