

Vorstellung: MEDIENAGENTUR KLÖCKER



➔ MEISTERBETRIEB

➔ 10 MITARBEITER

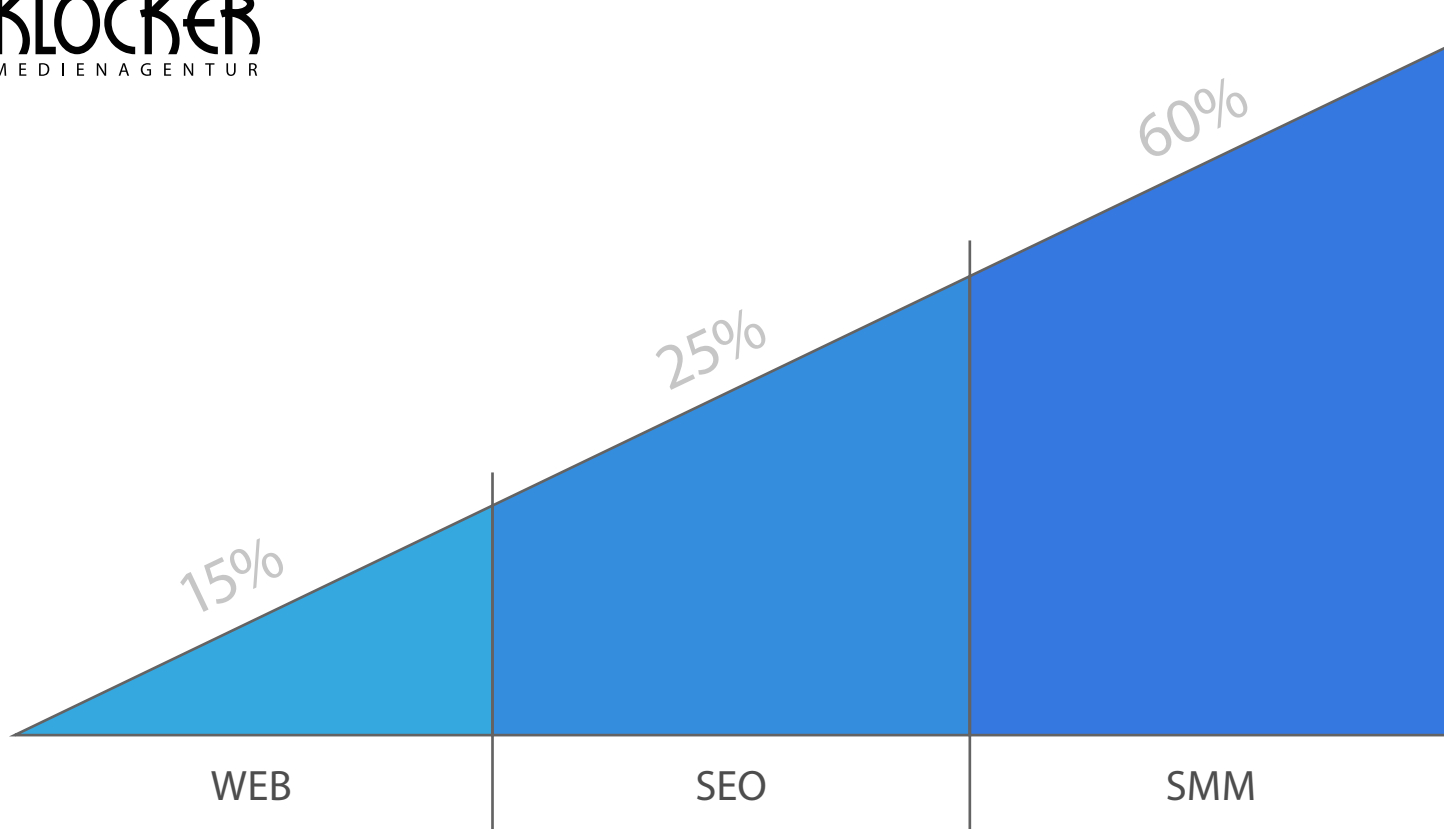
➔ 14 JAHRE

➔ INDUSTRIE



Erklärt in einer Folie:
WAS MACHEN WIR FÜR IHR UNTERNEHMEN?

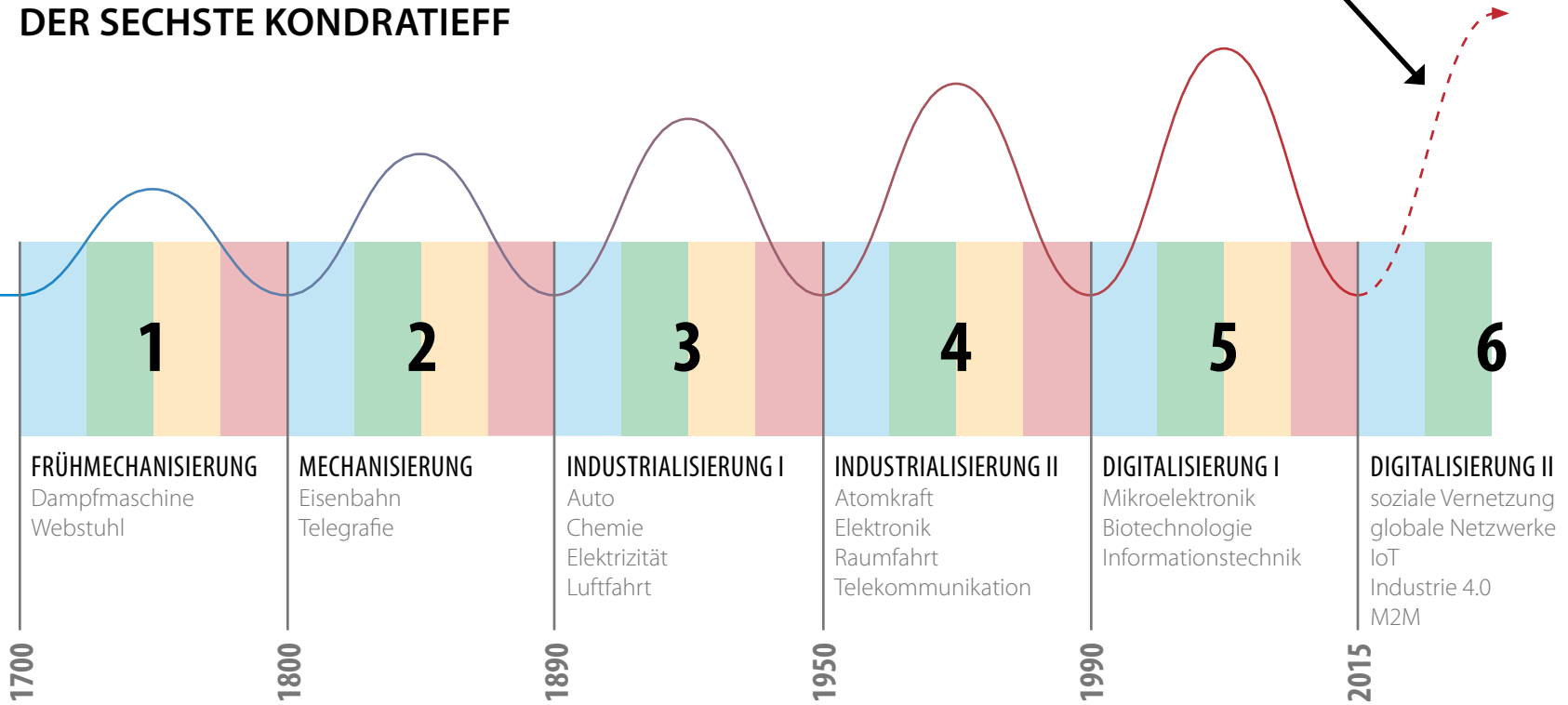
KLÖCKER
MEDIENAGENTUR



Social Media
KONDRATIEFF ZYKLEN

DER SECHSTE KONDRATIEFF

KLÖCKER
UNTERSTÜTZT
IHR UNTERNEHMEN



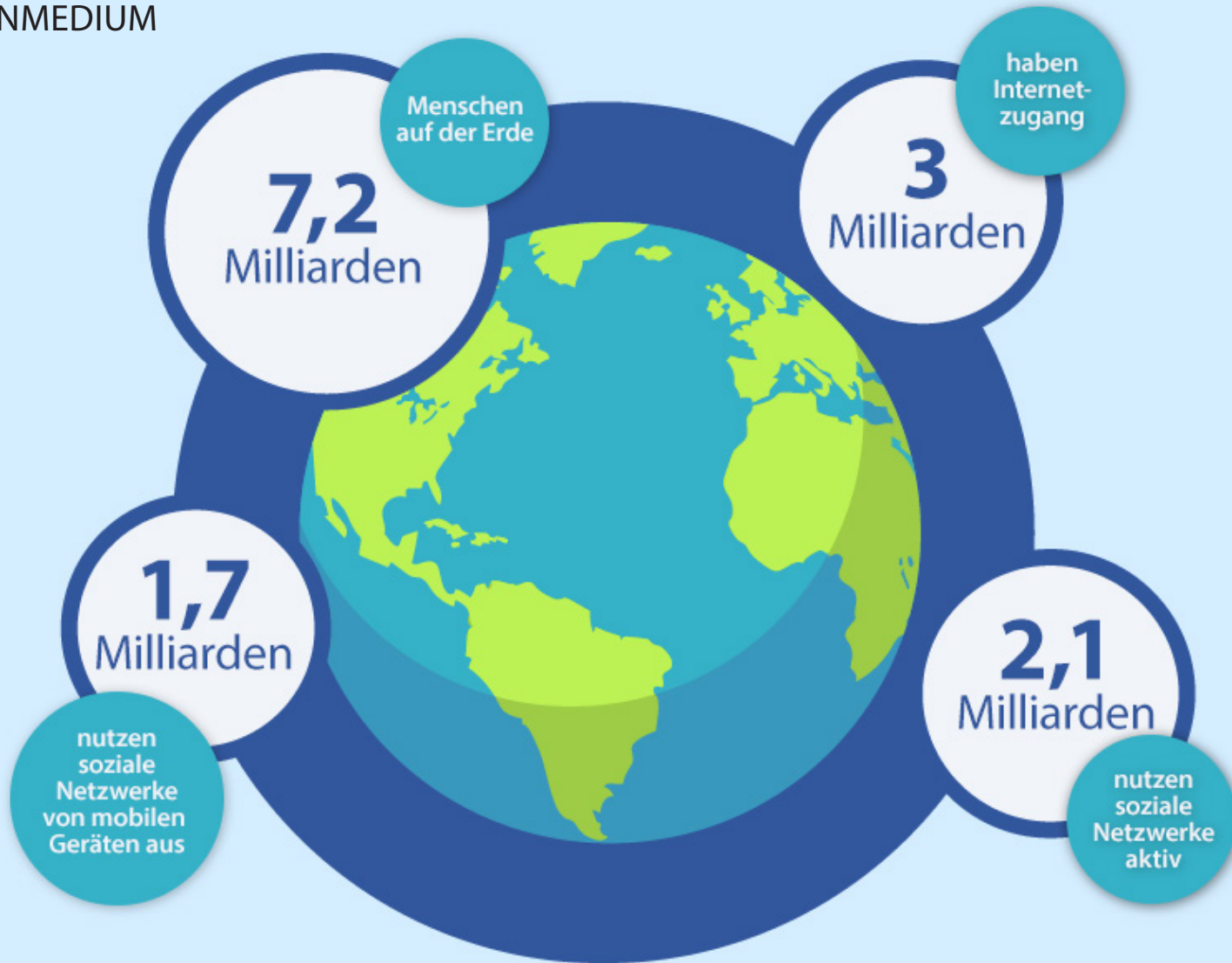
SO IST SOCIAL MEDIA:

➔ **MASSENEDIUM**

➔ **DIE NEUE MACHT DES EINZELNEN**

➔ **SMM (SOCIAL MEDIA MANAGEMENT)**

1. MASSENEDIUM



Social Media

2. DIE MACHT DES EINZELNEN

DIE MACHT DES EINZELNEN
VERBRAUCHERS WIRD DURCH
SOCIAL MEDIA GESTÄRKT!

WARUM?



Social Media

2. DIE MACHT DES EINZELNEN

➔ Duravit AG - € **390 Mio.** Umsatz



➔ Andreas Klöcker - € **189,-** Umsatz



VS.

Social Media

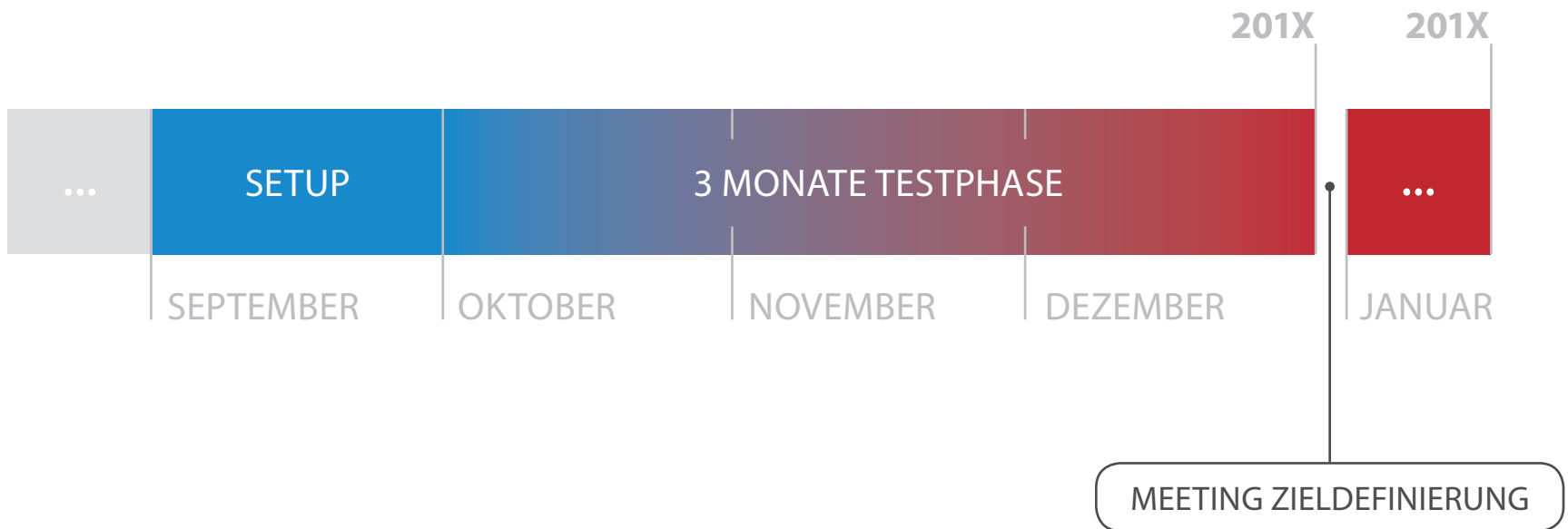
3. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT (IST WICHTIG!)

KUNDENBESCHWERDE
WELTWEIT
SICHTBAR

The screenshot shows a Facebook page for Duravit AG. The profile picture is a blue square with a white mouse cursor icon and the word "DURAVIT" below it. The cover photo shows a modern white bathroom vanity. The page has 66,591 likes and 10,211 comments. A post by Andreas Klöcker, posted "vor etwa einer Minute", contains a complaint about a Duravit toilet seat. The text of the post reads: "Unzufrieden mit WC Sitz Duravit 2nd Floor. Wir besitzen den genannten WC Sitz dieser ist nun 2,5 Jahre alt und wenig genutzt. Wie auf dem Foto zu erkennen ist dieser im neuwertigen Zustand leider ist das Produkt so 'kosten günstig' produzi... Mehr anzeigen". Below the text is a photo of a white toilet seat with a red circle highlighting a dark spot on the surface. An inset photo shows a close-up of the same spot. The photo is captioned "Duravit WC Serie: 2nd Floor". The right sidebar shows a list of friends to invite, including Rouzbeh Asgarian, Aline Latour, and Giacomo Castelli. Below that, there are several posts from other users, including one from Inbessere Redazione and another from Katja Heintelmann asking a service question. At the bottom, there are "Gefällt mir"-Angaben for "Detail Magazin" and "Solar Decathlon".

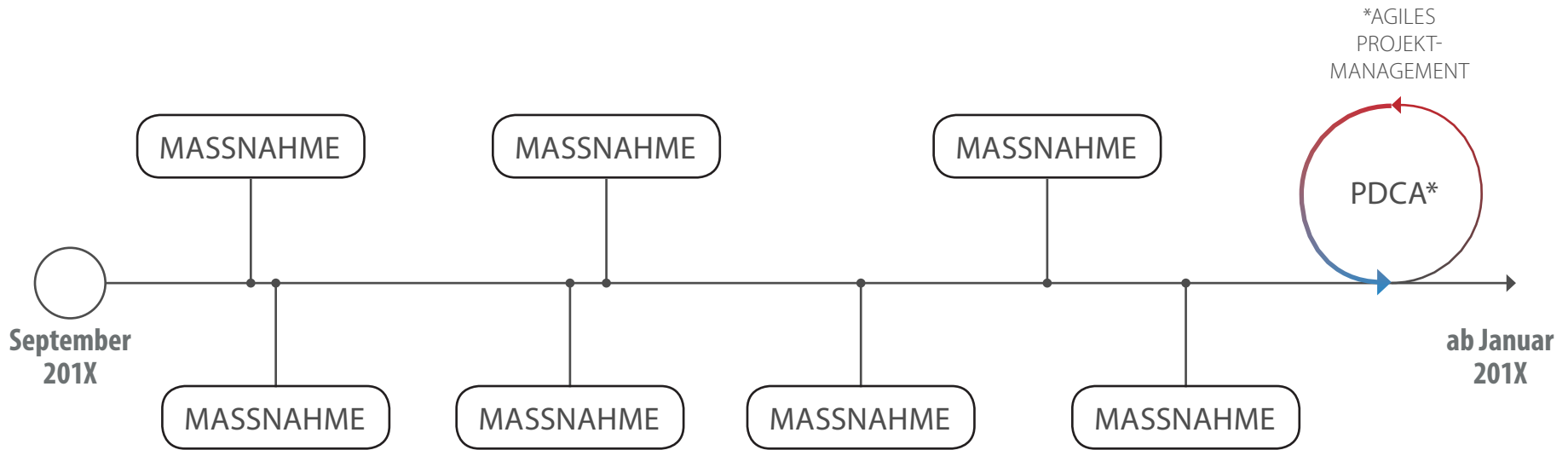
Vorgehensweise

SMM IST KEIN PROJEKT - ES IST EIN PROZESS

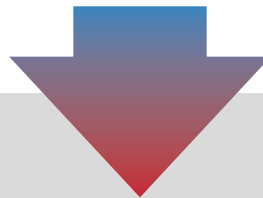


Überblick

TIMELINE SETUP-/TESTPHASE 2016/17

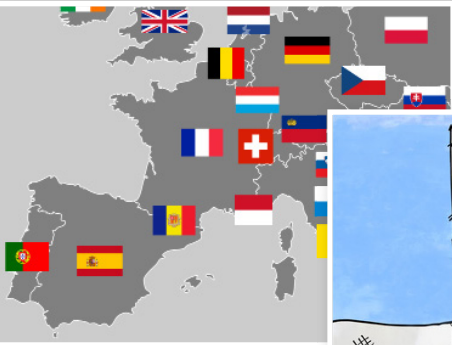


**VORBEREITUNG
AUF 201X**



Vorschau TRANSMEDIALES MARKETING

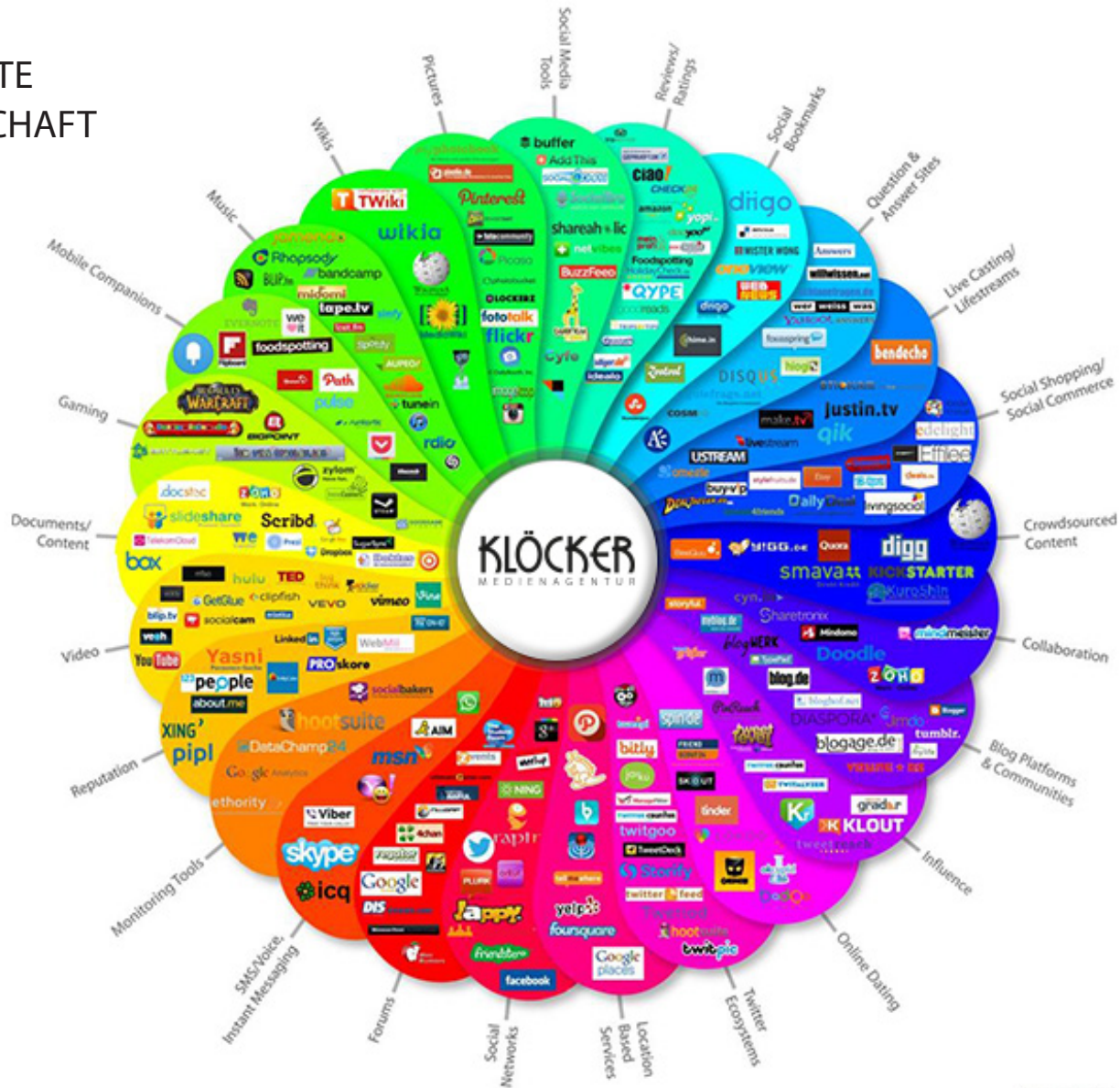
2017



GEPLANTE MASSNAHMEN:

- ⊙ BEKANNTMACHUNG FIRMA / PRODUKT
- ⊙ REGELMÄSSIGE PFLEGE DER PLATTFORMEN
- ⊙ ÜBERWACHUNG DER ENTWICKLUNG
- ⊙ ERSTELLUNG VON INHALTEN

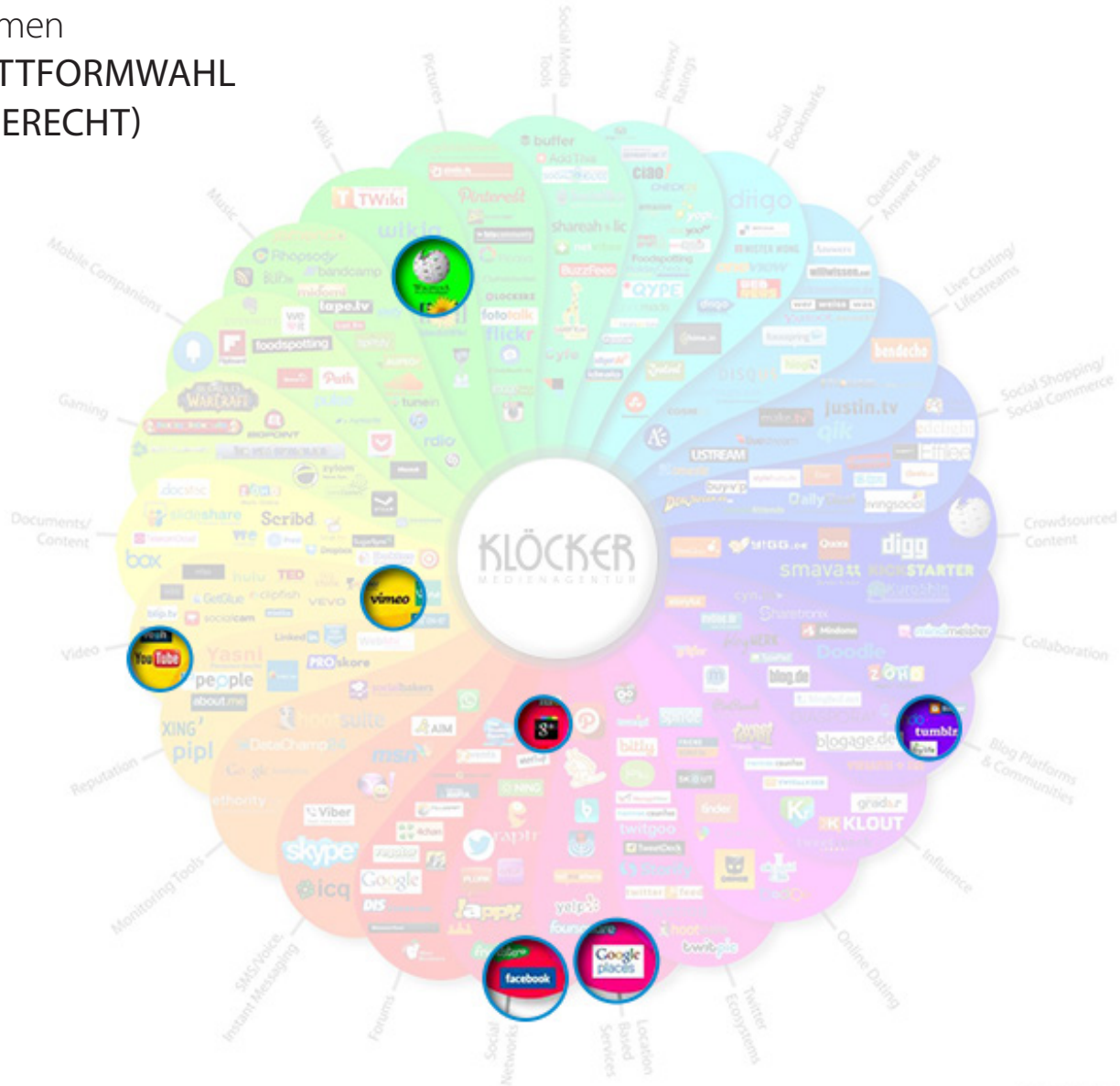
Plattformen INTRASPARENTE MEDIENLANDSCHAFT



Global Social Media Prism by eThorty | <http://www.facebook.com/SocialMediaPrism> | <https://www.twitter.com/SoMePrism> | <http://pinterest.com/someprism> | Contact us for updates: prism@ethorty.net



relevante Plattformen
SINNVOLLE PLATTFORMWAHL
(ZIELGRUPPENGERECHT)



Global Social Media Prism by eMorty | <http://www.facebook.com/SocialMediaPrism> | <https://www.twitter.com/SoMePrism> | <http://pinterest.com/soisprism> | Contact us for updates: prism@eMorty.net



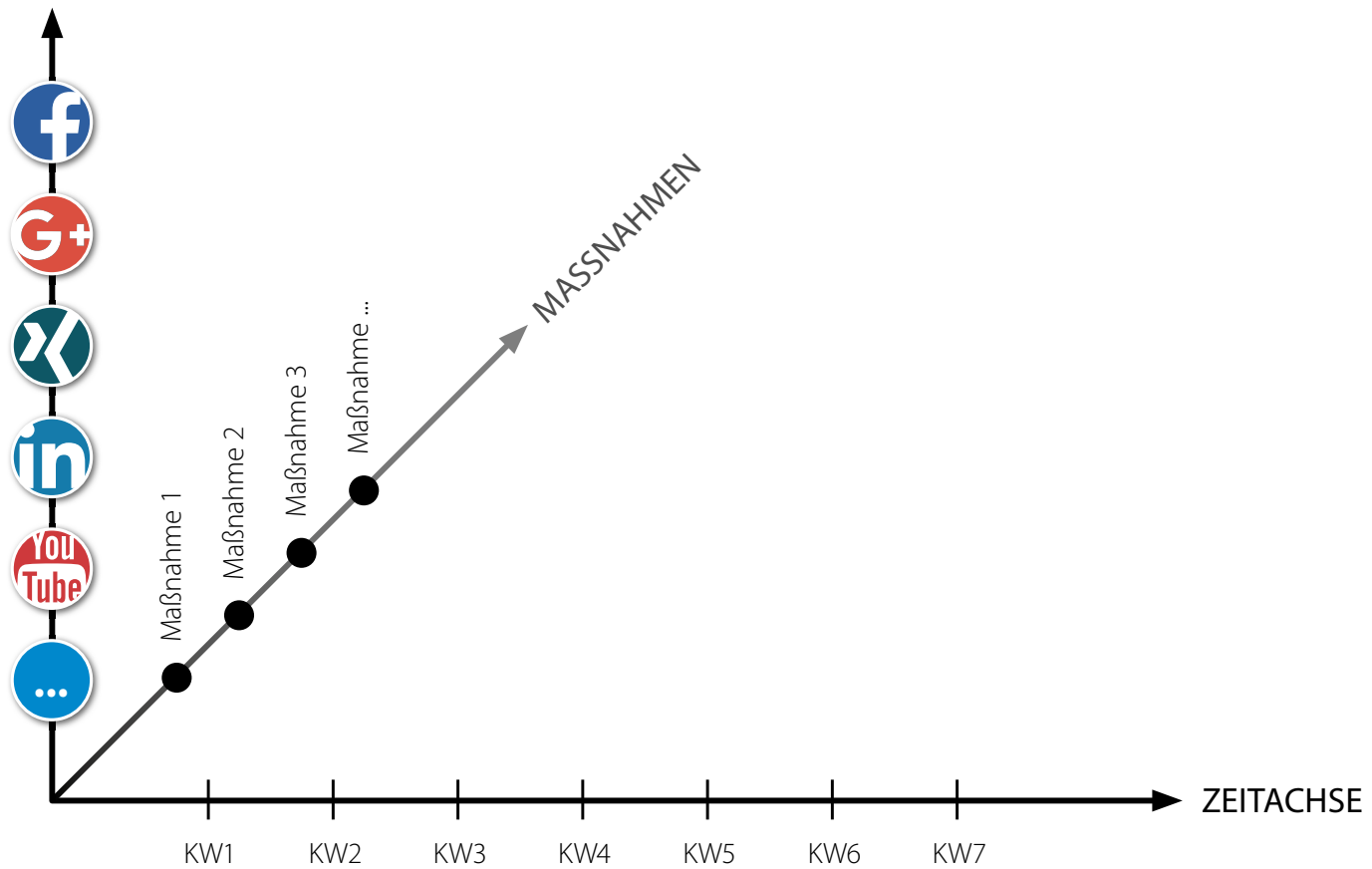
Plattformen nutzen STRATEGIEN ENTWICKELN

GRUNDREGELN:

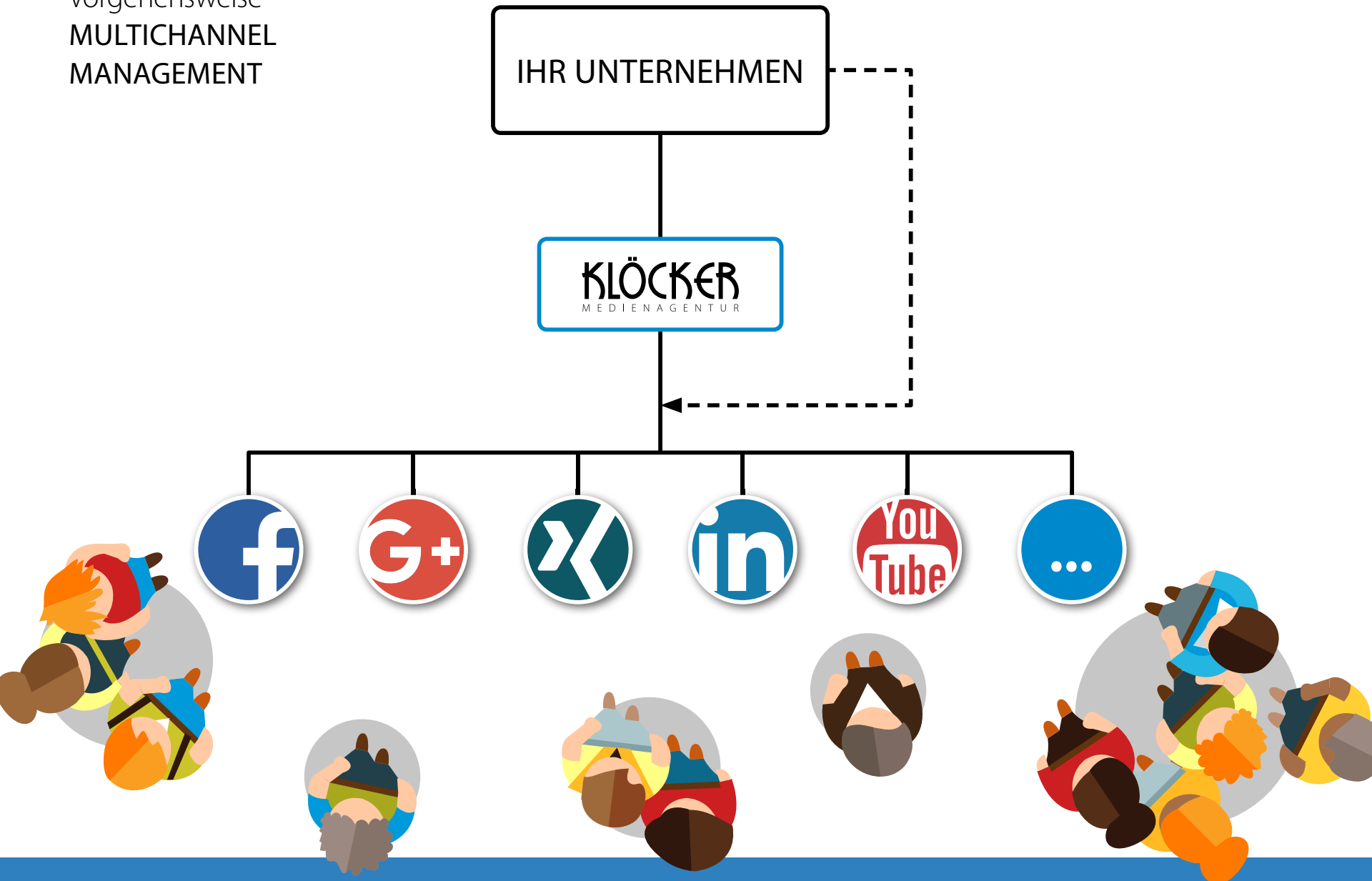
- ⊕ STÄNDIG KOMMUNIZIEREN
- ⊕ DIE INHALTE DER SOZIALEN PLATTFORM ANPASSEN
- ⊕ EIN AKKURATES TRACKING ETABLIEREN
- ⊕ BILDER UND VIDEOS ERSTELLEN
- ⊕ NEUE INSPIRATION SUCHEN
- ⊕ DIE FOLLOWER PFLEGEN
- ⊕ PROBLEME LÖSEN
- ⊕ EHRlich UND TRANSPARENT WIRKEN
- ⊕ ERGEBNISSE REFLEKTIEREN
- ⊕ ETWAS ZURÜCK GEBEN



Erfolgsrezept
MEHRDIMENSIONALES
MULTICHANNELING



Vorgehensweise
MULTICHANNEL
MANAGEMENT



Vorgehensweise CONTENT IS KING

- ➔ TEXTE, IN DENEN DER ERSTE SATZ NEUGIER AUF DEN NÄCHSTEN WECKT
- ➔ BILDER, EMOTIONEN UND QUALITÄT IN WORTE FASSEN
- ➔ MEDIEN FÜR SUCHMASCHINEN ERFASSBAR MACHEN



Content erstellen
VERANSTALTUNGEN WERBEWIRKSAM NUTZEN



➔ IHR INPUT IST WICHTIG!

MESSE- / EVENT- / PROJEKT BETREUUNG:

- ➔ MESSEN, PRODUKTPRÄSENTATIONEN
- ➔ KONFERENZEN, ANDERE EVENTS
- ➔ PRESSEBERICHTE ERSTELLEN
- ➔ 360° VR-RUNDGANG Z.B. MESSESTAND
- ➔ FILMBEGLEITUNG / DOKUMENTATION
- ➔ LEAD GENERIERUNG DURCH POSTINGS
- ➔ VERÖFFENTLICHUNG
- ➔ JUST IN TIME-MASSNAHMEN

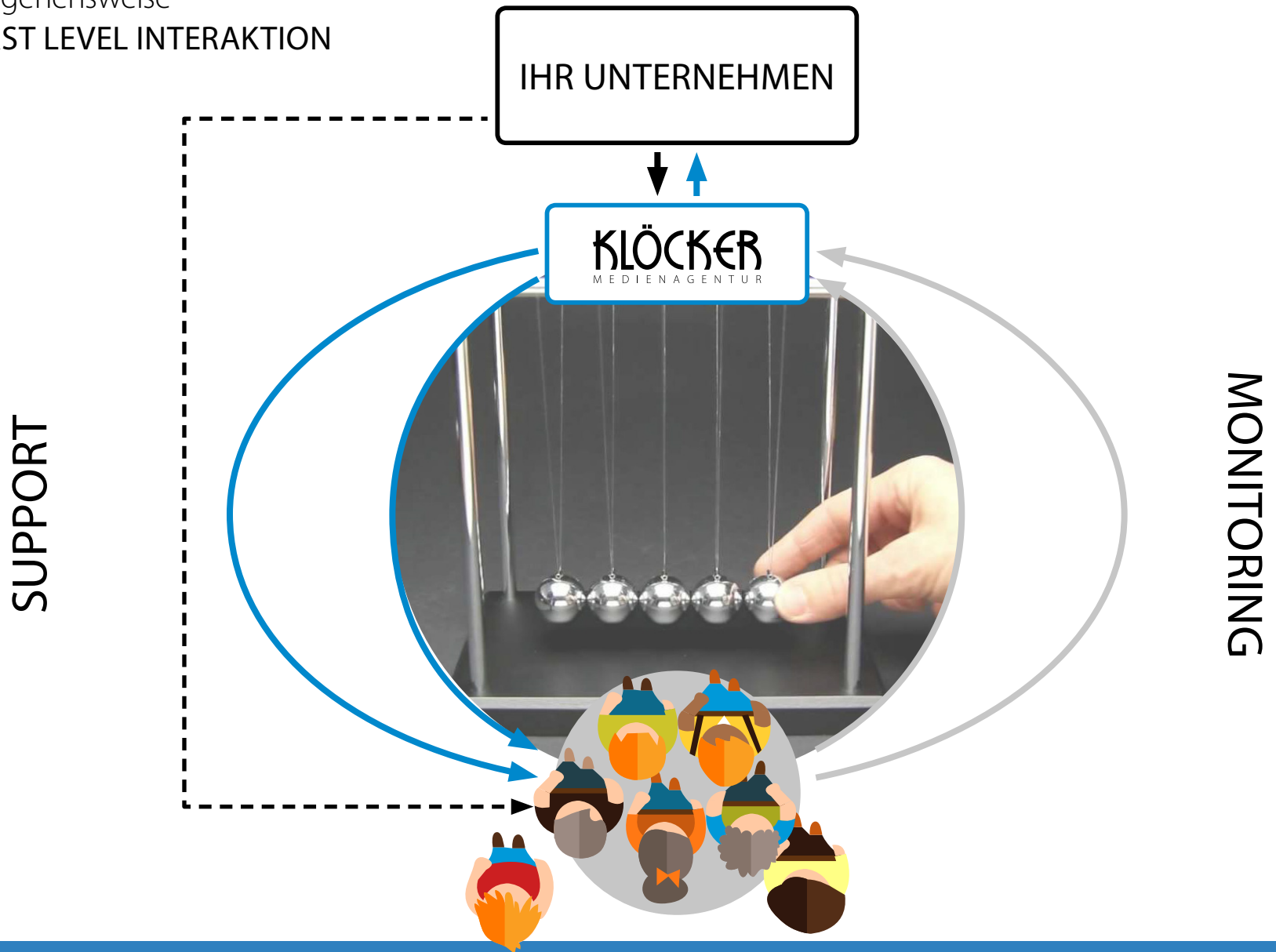
Support
PROBLEME

» DER PROFESSIONELLE UMGANG MIT KRITIK «

⇒ STICHWORT: SHITSTORM



Vorgehensweise
FIRST LEVEL INTERAKTION



Weiterer Prozessverlauf ZIELE



MITTELFRISTIGE ZIELSETZUNG:

- ⊕ AUFBAU EINER UMFASSENDEN SOCIAL MEDIA PRÄSENZ
- ⊕ STEIGERUNG DER BEKANNTHEIT SOWOHL VON MARKE UND PRODUKT
- ⊕ SCHNITTSTELLE ZWISCHEN KLASSISCHEM UND MODERNEM MARKETING (MARKETING-MIX)
- ⊕ ÜBERWACHUNG DURCH MONITORING / REPORTING

Synergie
VIELEN DANK

DIE MEDIENAGENTUR KLÖCKER ALS INTEGRALER
BESTANDTEIL IHRES UNTERNEHMENS



KLÖCKER