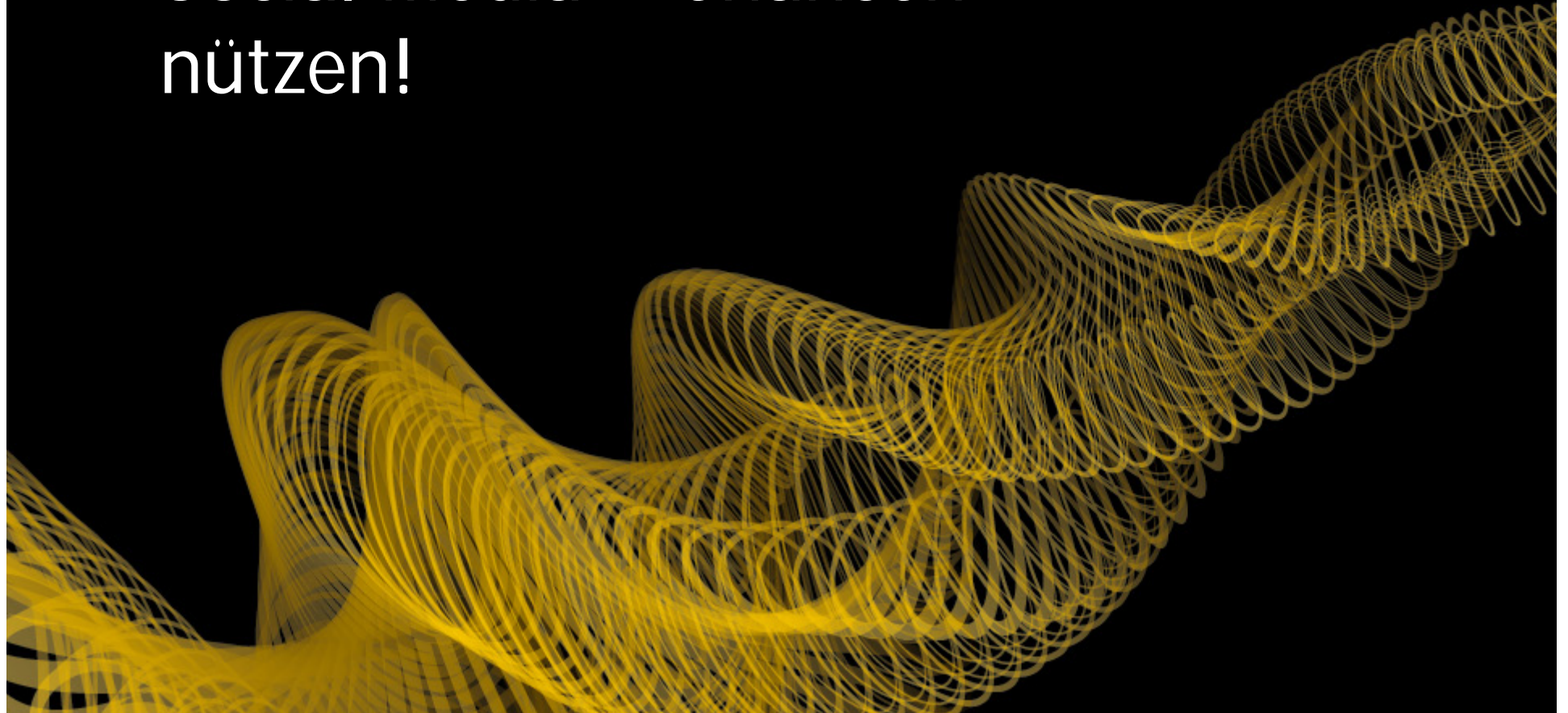




Social Media – Chancen
nützen!





1. Einführung Social Media – Was ist Web 2.0 und was müssen wir tun?

2. Strategien und Prozesse – SWOT von Social Media

3. Planung und Ausblick – Wie sind wir schon aktiv und was werden wir tun?

Nur wer den User ernst nimmt kann erfolgreich mit Web 2.0 Medien kommunizieren



Soziale Medien

- ... sind interaktiv und kollaborativ.
- ... kommunizieren mit Text, Bild, Audio und Video.
- ... sind Foren, Blogs, Wikis, Fotoplattformen, Videoportale, Communities und Social Bookmarking-Dienste.
- ... sind beispielsweise Flickr, YouTube, Facebook, Wikipedia und Mister Wong etc.



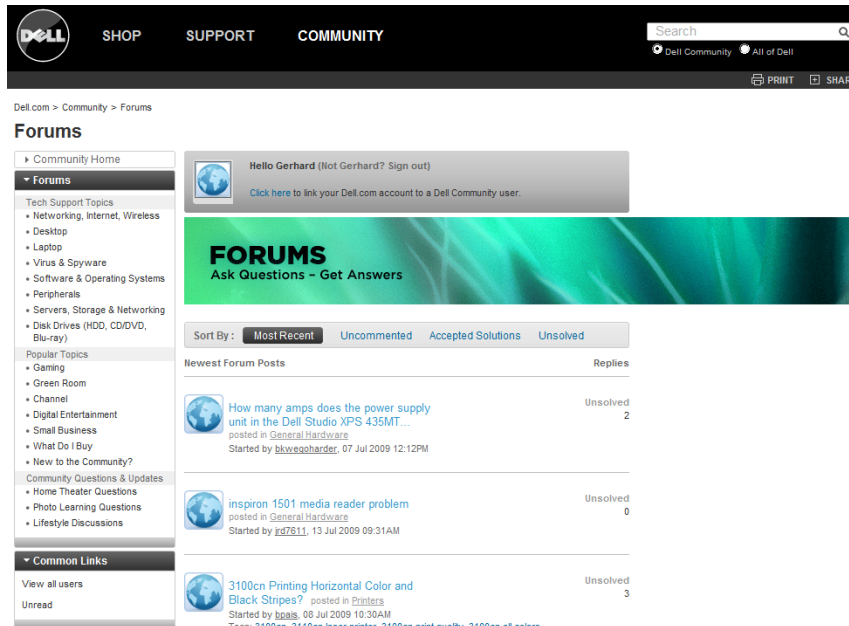
We(blogs) sind tagesaktuelle Websites eines oder mehrerer Autoren zu einem eingegrenzten Themenspektrum



Was ist ein BLOG?

- Ein Blog hat einen oder mehrere **eindeutige Autoren**.
- Ein Blog hat ein begrenztes **Themenspektrum**.
- Die Autoren schreiben aus **Ihrer Sicht authentisch**.
- Im Unterschied zu einer statischen Website wird in einem Blog **mehrmals wöchentlich** ein neuer Artikel veröffentlicht.
- User können die Artikel unter der Aufsicht der Autoren **kommentieren**.
- Blogs zu ähnlichen Themen **verlinken** sich untereinander.

Foren sind moderierte Diskussionsplattformen, unterteilt in Themenschwerpunkte



Was ist ein FORUM?

- In einem Forum werden **Fragestellungen** diskutiert.
- Diskussionsteilnehmer sind **User und Moderatoren**.
- Es gibt **Forumsregeln**, die von den Moderatoren aufgestellt und überwacht werden.
- Oberstes Ziel ist die **Lösungsfindung** für eine Problematik.
- **Nicht lösbare Diskussion** über z.B. zu teure Tarife werden mit einem freundlichen Hinweis beendet.
- Diskussionen werden beendet sobald das **Problem gelöst wurde**.
- Falls Fragestellungen wiederholt diskutiert werden, wird auf den **schon vorhandenen Lösungsansatz** verwiesen.

Produktbewertungen gehörten zu den ersten erfolgreich eingesetzten Social Media Tools



Produktbewertung

- **Kunden** schreiben Bewertungen zu Produkten.
- Sowohl **quantitativ** (Sterne) als auch **qualitativ** (Text) werden Produkte bewertet.
- Über die quantitative Bewertung gibt es **aggregierte Bewertung**.
- Erst nach einer **Freigabe durch die Moderatoren** werden Bewertungen online zu sehen sein.

Web 1.0: Klare Kommunikationsverhältnisse mit reinem Marketingfokus



WEB 1.0

- **Stabile Inhalte** von Medienunternehmen und Corporate Sites.
- Internet ist reine **Informationsbeschaffung**
- **Abhängige User** mit eindeutigem Sender – Empfänger Verhältnis
- Kommunikation ist **nicht anfechtbar**
- **Web 1.0** gibt es natürlich immer noch

Web 2.0: Produktive Kundeninteraktion mit Multiplikationspotential



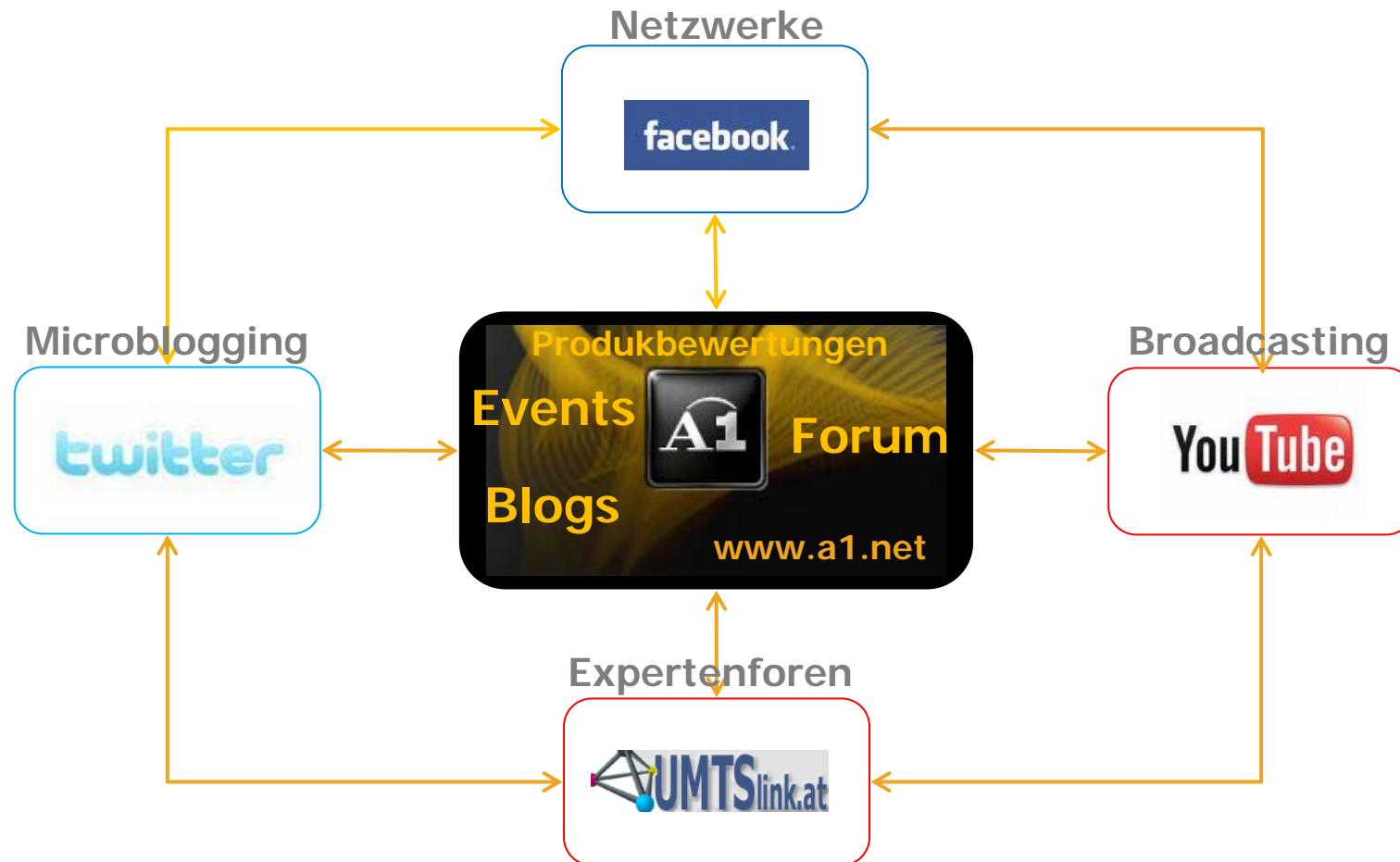
WEB 2.0

- Kontingente und **authentische Inhalte**
- **Interaktion** rückt als wesentliches Merkmal des Internets in den Mittelpunkt
- **Mündige User** veröffentlichen selbst
- **Nicht-Authentische Kommunikation** wird entlarvt und unsere Produkte stehen auf dem Prüfstand.
- **Marken** gehören den Kunden
- **Dialog** zwischen Kunden und Unternehmen.

Soziale Netzwerke sind Hilfsmittel für Social Media Kommunikation und dient nur zur Maximierung der Reichweite



Google™



Mit Social Media gewinnt man keine Gross Adds sondern Freunde und Fans



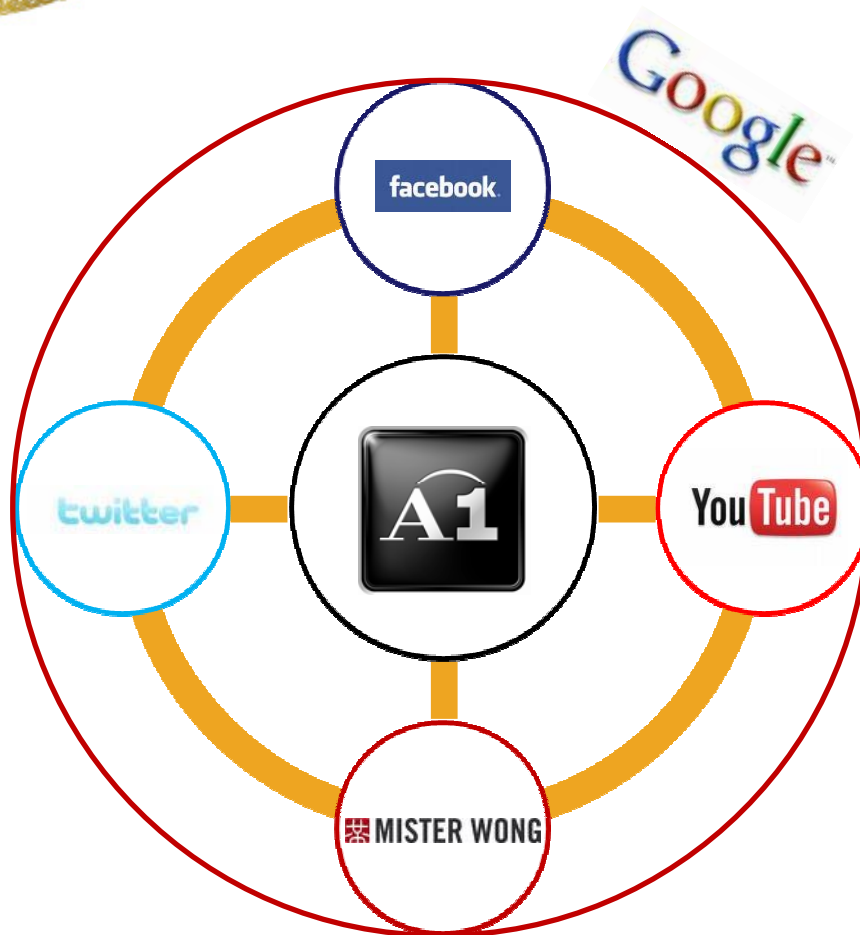
Der Kunde entscheidet, wie er mit uns interagiert

- Das Internet als interaktives Medium kann durch **Authentizität**, **Relevanz** und **Schnelligkeit** erfolgreich für A1 genutzt werden kann.
- Der Onlinekanal und somit der User bestimmen unsere Kommunikation.
- Oberste Prämisse ist das Schaffen von Mehrwert für den User.

A1.net ist die Bodenstation für alle Satelliten im Internet

- Der eigentliche Mehrwert wird auf A1.net geschaffen.
- In den Netzwerken und interaktiven Portalen gibt es eine auf die User angepasste Zweitverwertung.

Social Media als Content und Traffic Multiplikator



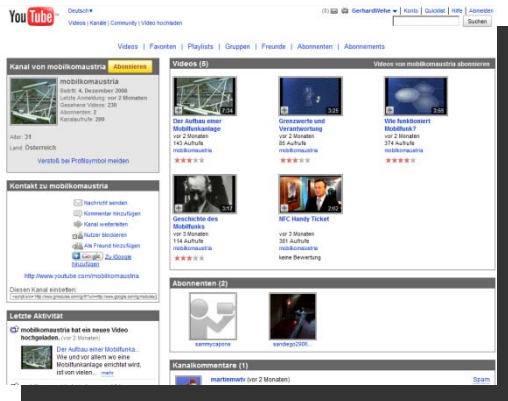
-  • Blogs (Xcite, Blackberry)
-  • A1.Karriere
-  • Onlineaktionen zu Events
-  • Reviews & Empfehlungen
-  • Produktvideos
-  • Fanseite zu A1.Karriere
-  • Fanseite zu Events
-  • Produktvideos
-  • Virale Spots
-  • Microblogging der A1 Blogs
-  • Social Bookmarks auf A1.net
-  • Mehr Google Traffic

facebook und YouTube sind zwei aktuelle Beispiele wie A1-Content im Internet nutzbar gemacht wird



A1Karriere Fanseite

- Alle Fans werden per Newsfeed über neue Jobs bei mobilkom informiert
- Nach knapp einem Monat hat A1Karriere schon 266 Fans



A1 Brand Channel (Planung)

- **Interne Videos:** E-Learning, Presentations
- **Produkt Videos:** Produktpräsentation, Produktreviews, Modding Videos
- **Image Spots:** TV-Spots, Virale Spots
- **Event Videos:** Sponsored Events, mobilkom Events

Nur wer den User ernst nimmt kann erfolgreich mit Web 2.0 Medien kommunizieren



Social Media sind anders. Sie bedeuten,

- dass jede Story nur ein Anfang einer Diskussion ist (= Kommentare)
- dass es zu jeder Story unterschiedliche Perspektiven gibt (= Links, Trackbacks)
- dass hinter jeder Meldung eine Person steht, die dies berichtet (= Profilseite)
- dass niemals ein finaler Stand erreicht ist, sondern es immer weiter gehen kann (= UPDATED)
- dass was heute als Lüge erscheint, gestern noch die Wahrheit gewesen sein kann (= Archiv)

Nur wer den User ernst nimmt kann erfolgreich mit Web 2.0 Medien kommunizieren



Kommunikationsplanung

- Der A1 Blogger hat einen Kommunikationsplan aufzustellen, der aber bei kurzfristigen externen und internen Ereignissen kurzfristig verändert werden kann.
- Abstimmung der Themen erfolgt mit Marketing, Marketing Communications und Corporate Communications.

Kommunikationsmedien

- Blog-System wie Blogger oder Wordpress
- Twitter für Tagesaktuelle Nachrichten und Stimmungsbilder
- Auf Facebook können die User Fan von A1 werden und erhalten somit in ihrem Newsfeed alle Veränderung auf der Facebook Seite von A1.
- Hier postet der Blogger ebenfalls News und anderes aus dem A1 Blog
- Kommentare, Posts und sonstige Antworten im Internet



1. **Einführung Social Media** – Was ist Web 2.0 und was müssen wir tun?

2. Strategien und Prozesse – SWOT von Social Media

3. **Planung und Ausblick** – Wie sind wir schon aktiv und was werden wir tun?

Eigenschaften von Social Media Tools



	Handy-Bewertungen	Blogs	Kunden-Forum
Kontrolle	●	◐	◐
Reputationsrisiko	○	◐	◐
Externe Kompetenzen	●	◐	◐
Interne Kompetenzen	○	◐	◐
Qualitäts-Feedback	◐	◐	◐
Neukundengewinnung	◐	◐	◐
Kundenbindung	◐	●	●
Innovationskraft	◐	◐	◐
Kommunikationswert	◐	●	◐
Serviceleistung	◐	◐	●
Arbeitsaufwand	◐	◐	◐
Kosten / Nutzen	●	◐	◐



1. **Einführung Social Media** – Was ist Web 2.0 und was müssen wir tun?

2. **Strategien und Prozesse** – SWOT von Social Media

3. **Planung und Ausblick** – Wie sind wir schon aktiv und was werden wir tun?

Mit diversen Social Media Projekten konnten wir schon Erfahrungen sammeln



A1 Medium	Blogs	Microblogging	Video	Netzwerk
A1 Music	Blog	Twitter		Facebook
A1 Innovations	Blog			
Xcite	Blog			
CC		Twitter	YouTube	
A1 Karriere		Twitter		Facebook
Summersplash	Blog			Facebook
bobtivist		Twitter		Facebook



Vortrag Salzburg

Examples for Social Media @ mobilkom #1 [from E-Mail to Twitter]



I. E-Mail Newsletter



From internal E-Mail Newsletters (for BlackBerry Keyplayers @mobilkom)

II. Facebook



To interesting online articles regarding RIM posted on Facebook

Examples for Social Media @ mobilkom #2 [from E-Mail to Twitter]



III. Twitter

Für alle BlackBerrys: Desktop Manager 5.0 ist kürzlich erschienen
<http://bit.ly/c9O3v>

about 24 hours ago from TwitBin

Alle offiziellen Google Twitter Accounts – <http://bit.ly/G1DVF>

9:02 AM Jul 12th from TwitBin

What is the next Twitter? <http://bit.ly/uCrUF> #Twitter

9:00 AM Jul 12th from TwitBin

"Google vs. Microsoft: What You Need to Know"
<http://bit.ly/zmpk3>

11:19 AM Jul 14th from TwitBin



And finally personal thoughts and experiences on Twitter

Examples for Social Media @ mobilkom #3 [mobilkom @ Twitter, Facebook, Blogs...]



mobilkom austria Blog

Red Bull MOBILE bei den X-Alps
Die Red Bull X-Alps sind mit Sicherheit einer der härtesten sportlichen Wettbewerbe der Welt. Ich hatte das Vergnügen, gestern in Baldoburg beim Start dabei zu sein. In den nächsten Tagen legen 30 Athleten aus 23 Nationen über 800 km zu Fuß oder mit Fingerteilen zurück. Das Ziel ist Monaco. Dazwischen liegen zig Höhenmeter, unvorstellbare Strapazen und wenig Schlaf. Was hat das mit mobilkom austria bzw. Red Bull MOBILE zu tun? - Sehr viel.

Mobilfunkdebatte zum Stopfen des argumentativen Sommerlochs?
Seit gestern haben die österreichischen Medien wieder einmal ein kontroversielles Thema. Mit der Angst der Menschen lassen sich bekanntlich Auflagen und Reichweiten steigern.

Ein guter Tag beginnt mit HTC Magic
Unglaublich, was sich heute in der Früh im A1 Shop auf der Mariahilfer Straße abgespielt hat. Gut: Wir saßen schon, dass das HTC Magic bei Technologiejournalisten gut ankommt, aber dass knapp 400 weiß gekleidete Menschen die Ankunft eines Handys in Österreich feiern würden, hat uns dann doch überrascht. Bereits am Vorabend bekam ich eine SMS, dass bereits über 30 Personen vor dem A1 Shop warten. Um Mitternacht waren es ca. 80. Als ich um 7:20 hinkam sah ich ungefähr 250 Menschen. - Einige in wirklich originellem Outfit, alle gut aufgeleget und trotz beengter Platzverhältnisse total friedlich. Diesen Beitrag weiterlesen >

Bob @ Facebook

Bob
Postfach Harald Schwab Einstellungen Abmelden

Allgemeine Informationen
Art: Gemeinsame Interessen - Aktivitäten
Beschreibung: Weißt du immer, wo und vor allem was in Wien abgeht?
Weißt du auch, wo du dir ein paar Euros sparen kannst - egal ob beim Weggehen oder Einkaufen? Bist du ein Schnäppchenjäger?
Dann bist du bei uns richtig!
Sag uns wo du dein Mittagsmenü, dein Bier, dein Shirt oder Eintritt günstiger bekommst! Sei ein Mitglied der ersten Stunde dieser urbanen Plattform, die dir und Anderen beim Sparen an den richtigen Stellen hilft. Damit du am Ende des Monats mehr Geld im Sack hast oder den ein oder anderen Rausch mehr :-)
Neugierig? Dann geh auf www.bobtvist.at

Kontaktinformationen
E-Mail: office@identum.at
Webseite: <http://www.bobtvist.at/>
Büro: identum communications gmbh
Sandleitengasse 32/1
Vienna, Austria

A1Karriere @ Facebook

A1Karriere
Pinnwand Info Fotos Felder Notizen Poll

Schreib etwas ...
Anhängen

Fans
6 von 363 Fans Alle anzeigen
Michael-Jakob Reinartz, Alex Wachlows, Werner Reiter, Alexander Gregorich, Roland Dangi, Wanda Oberhumer

Posts
02. Juli um 14:14 - Kommentieren - Gefällt mir · Teilen
7 Personen gefällt das.
Schreibe einen Kommentar ...

22. Juni um 17:45 - Kommentieren - Gefällt mir · Teilen
Gerhard Mattersdorfer gefällt das.
Schreibe einen Kommentar ...

Examples for Social Media @ mobilkom #4 [mobilkom @ Twitter, Facebook, Blogs...]



Mobilkom group @ Facebook

Bobtvist @ Twitter

Mobilkom Austria Group
Global

Allgemeine Informationen
Art: Internet & Technologie - Handy
Beschreibung: Mobilkom Austria Group is the leading mobile service provider in Central and Eastern Europe (CEE). The Group connects nearly eleven million mobile customers in eight countries. The mobilkom austria group includes the mobile communications providers mobilkom austria, MobilTel in Bulgaria, MDC in Belarus, Vipnet in Croatia, Si-mobil in Slovenia, mobilkom liechtenstein, Vip mobile in Serbia and Vip operator in Macedonia.
All mobile communication providers are number one or two in their respective markets and have an impressive track record of generating growth in terms of revenues, EBITDA and operating income.

Kontaktinformationen
Webseite: <http://www.mobilkomaustriagroup.com>

Mitglieder
8 von 404 Mitgliedern werden angezeigt
Alle anzeigen

Christian Koellner, Ivan Georgiev Ivanov, Hristo Hristov, Goran Ivanovski, Vladislav Georgiev, Ognjan Andonov, Roland Dangi, Stephan Rammerstorfer

Diskussionsforum
Es werden 2 Diskussionsthemen angezeigt
Neues Thema beginnen | Alle anzeigen
M-Tel become the CSR company of the year!
1 Beitrag von 1 Person. Am 30. September 2008 um 13:26 aktualisiert
Something about You ?

bobtvist
Location Austria, Vienna
Web <http://www.bobtvist.at> - deine Plattform mit Locationtipps wo du in Wien günstig essen, trinken, feiern uvm. kannst!

873 following, 1,073 followers

Updates 336

Favorites

Actions
block bobtvist

Following

NO: Café Roma St. Pölten: extrem günstige Pasta-Mittagsgerichte: <http://bit.ly/18iOT>
about 2 hours ago from API

Günstig online Foto entwickeln lassen bei mypix: <http://bit.ly/eY51g>
about 21 hours ago from API

mobilkom @ Twitter

mobilkomaustria
Location Österreich, Wien
Web <http://www.mobilkomaustria.com>

51 following, 81 followers

Updates 14

Favorites

Actions
block mobilkomaustria

Following

Red Bull MOBILE: beim härtesten Abenteuerrennen immer live dabei <http://tinyurl.com/lupkre>
5:30 AM Jul 17th from web

Amadeus Austrian Music Awards 2009 presented by A1 <http://tinyurl.com/nc7qra>
6:33 AM Jul 15th from web

A1 ist zum 9. Mal Titelsponsor beim A1 Beach Volleyball Grand Slam <http://tinyurl.com/lc7c8d>
8:03 AM Jul 14th from web

Beispiel



User Profile

 **mobilkom austria**
@mobilkomaustria

Österreich, Wien

✓ Friend

<http://www.mobilkomaustria.com>
Twitter page

282 Followers 57 Following **165 Tweets** Lists

 @Eaglepowder: Ad. iPhone: So lange andere Betreiber in Ö exklusive Vertriebsrechte haben, können wir es unseren Kunden nicht anbieten.
282 mobilkomaustria, [+] Tue 23 Feb 17:53 via TweetDeck in repl

 @Eaglepowder : Können aktuell noch keine Auskunft zum Storm2 geben. Sorry!
282 mobilkomaustria, [+] Tue 23 Feb 17:51 via TweetDeck in repl

 Gebloggt: Light Reading TV-Interview mit Hannes Ametsreiter <http://bit.ly/byxCpu>
282 mobilkomaustria, [+] Fri 19 Feb 15:23 via bit.ly

 A1 präsentiert das Netbook Asus Eee PC 1008PGo KR von Stardesigner Karim Rashid <http://bit.ly/bex3mw>
282 mobilkomaustria, [+] Fri 19 Feb 09:57 via bit.ly

 Live vom MWC: LG Mini – 3.2 Touchscreen und 10mm dünn > <http://bit.ly/cfqe6b>



DANKE.

