

■ Klare Strategie

Derzeit überwiegen in den Marketingabteilungen die Forderungen nach einem Facebook-Auftritt und einer iPhone App! Diese sind je nach Umfeld bestimmt nicht grundsätzlich falsch, aber ich erinnere mich an die Zeiten des Hypes um Second Life zurück, wo jede Firma gemeint hatte, man bräuchte unbedingt sofort eine Präsenz auf Second Life. Mit viel Budget hatte man sich damals unter grossem medialem Getöse eine Insel oder einen Firmenstand wie auf einer Messe auf Second Life einrichten lassen. Monate später wurden diese kleinlaut wieder eingestellt.

Wiederholt sich die Geschichte auch mit Social Media und einer mobilen App oder Website? Bestimmt nicht, denn die Ausgangslage ist eine andere. Gehen Sie aber trotzdem nicht kopf- oder konzeptlos an das Projekt heran. Der Einsatz von Social Media oder Mobile Marketing braucht eine klare Strategie. Social Media beschränken sich nicht auf Facebook und Mobile Marketing nicht auf eine iPhone App. Die Anforderungen sind komplexer, als auf diese beiden Plattformen reduziert zu werden. Neben Facebook gibt es ja auch noch Blogs, Wikis, Youtube, Twitter & Co. Neben dem iPhone gibt es ja auch noch die Plattformen Android, Windows Mobile oder Blackberry oder eine «schlichte» mobile Website in HTML. Evaluieren Sie alle Möglichkeiten sorgfältig und lassen diese in Ihre Strategie einfließen. So werden Sie sich erfolgreicher in den Social Media und im Mobile Web bewegen als vielleicht damals noch auf Second Life.

Die Online-Highlights dieses Monats sind daher auf Social Media und das Mobile Web fokussiert. Viel Spass beim Lesen wünscht Ihnen Ihr

Jörg Eugster



Jörg Eugster (www.eugster.info) ist Online-Marketing-Experte, Unternehmensberater für E-Business-Strategien und betreibt das Online-Marketing-Wiki [wifimaku \(wifimaku.com\)](http://wifimaku.com).

■ Obermatten – ein Facebook-Märchen

Das Schweizer Bergdorf Obermatten sorgt mit seinem Versprechen, jeden neuen Facebook-Fan ans offizielle Anschlagbrett der Gemeinde aufzuhängen, weltweit für Gesprächsstoff. TV-Stationen und Zeitungen zahlreicher Länder berichten über die Aktion. Das kleine Dorf in der Ferienregion Graubünden ist seit etwas mehr als einer Woche auf Facebook – und hat bereits 40 Mal so viele Fans wie Einwohner. Menschen aus über 20 Ländern und drei Kontinenten, von Amerika bis Südkorea, wurden bereits «eingeschweizert».

Quelle: Graubünden Ferien über news aktuell Schweiz



Auf www.facebook.com/obermatten wird die Aktion mit vielen Bildern dokumentiert.

JÖRG EUGSTER: Zweifelsohne war dies eine genial gute Kampagne über Facebook, die viele Fans aus aller Welt generiert hat. Am 23.10.11 zählte man auf der Facebookseite 8356 Fans oder «Likers» (von «I like»), wie die Fans ja neuerdings auf «Neudeutsch» heissen. Nun erlaube ich mir aber doch einige kritische Fragen: Was hat die Aktion dem Bergbauerdorf letztlich gebracht? Gut, ich kannte Obermatten vorher nicht, weiss aber dank Google Maps nun, wo es liegt. Wie viele dieser 8356 Fans werden Obermatten je besuchen wollen oder sogar dorthin ziehen wollen? Wie viele dieser 8356 Fans kennen den Namen Obermatten nach einem Jahr noch? Social Media sind für mich Dialog mit dem Kunden. Natürlich kann man damit Kampagnen durchführen, doch was bringen diese letztlich «bottom line»?

■ Über 2 Mio. Schweizer mobil im Netz

Die mobile Internetnutzung wird immer beliebter. Die dritte Ausgabe des Sonderreports NET-Matrix-Mobile 2011-2 bestätigt den Trend, dass für den Besuch im Internet immer häufiger auch sogenannte Small Screen Devices (SSD) genutzt werden. Dazu gehören Geräte der Kategorien Mobiltelefon/Smartphone, MP3-Player/iPod/PDA oder Personal Organizer mit entsprechender Internetfunktion. Die Anzahl dieser Internetnutzer ist seit der ersten Erhebung im Sommer 2010 nun auf 2 Mio. Personen angestiegen, was vier von zehn Onlinern entspricht. Noch eindrücklicher gestaltet sich die Entwicklung bei den SSD-Heavy-Usern, welche täglich oder fast täglich über Smartphones & Co. im Web surfen: Dieser Anteil ist von 14% auf 26% gewachsen und umfasst nun bereits jeden vierten Internetuser oder 1,4 Mio. Schweizerinnen und Schweizer.

Quelle: <http://www.net-matrix.ch/produkte/net-matrix-mobile/publikation>

JÖRG EUGSTER: Diverse Marktforschungsunternehmen gehen davon aus, dass die Nutzung im mobilen Web diejenige der stationären Geräte schon bald überholen wird. Auch Google stellt einen starken Anstieg des Suchvolumens auf mobilen Endbenutzergeräten fest. Am mobilen Web kommt heute kaum ein Unternehmen vorbei. Ist Ihre Website schon mobil bzw. wie sieht diese auf einem Smartphone oder iPad aus?

■ Google lanciert den mobilen Bezahl-dienst Google Wallet

Im Mai 2011 hatte Google seinen neuen Dienst «Google Wallet» angekündigt. Am 19. September 2011 wurde dieser neue Dienst nun offiziell lanciert. Aus einem mobilen Telefon wird nun ein Portemonnaie oder eine digitale Briefbörse. Dazu braucht es allerdings die entsprechende Hardware und Software. Mit einem Handy mit NFC (near field communication) kann man vorerst in den USA bei ausgewählten Partnern bezahlen. Man hält sein Handy an

ein Bezahlterminal ähnlich einem Kreditkartenterminal (siehe Abbildung und Youtube-Video) und mit wenigen Klicks hat man seine Zahlungstransaktion erledigt. Ein Video auf Youtube zeigt die Einsatzmöglichkeiten auf.

Neu kann man mit Google Wallet über einen «SingleTap» nach nur einmaliger Berührung des Touchscreens das Bezahlen und Einlösen eines Gutscheines bei einem Händler aktivieren. Gedruckte Gutscheine gehören damit wohl bald der Vergangenheit an, denn das Smartphone erinnert sich an alle Gutscheine, die abgespeichert oder gekauft wurden, und löst die Coupons automatisch an der Kasse ein.



Auf Youtube (http://youtu.be/DsaJMhcLm_A) wird Google-Wallet erklärt.

JÖRG EUGSTER: Bezahldienste auf dem Handy wurden immer wieder lanciert und nach einiger Zeit wieder eingestellt. In meinen Schulungsunterlagen gehören die mobilen Bezahldienste zu den Folien mit den häufigsten Änderungen und führten zu Verunsicherungen meinerseits, ob es diesen Service bei Durchführung der Schulung überhaupt noch gab.

Doch Google gebe ich sehr gute Chancen, diesen Service zum Erfolg zu bringen. Google hat einerseits die Power und die Reichweite und mit NFC erstmals auch eine Technologie, welche die notwendige einfache Handhabung ermöglicht. Wohl befinden wir uns hier in einem frühen Stadium dieses neuen Dienstes, der aber mit Riesenschritten von Google vorwärtsgetrieben wird. Google wird mit der Übernahme von Daily Deal, einer deutschen Kopie von Groupon, dank Google Wallet im aufstrebenden Gutscheingeschäft um Groupon & Co. ein Wörtchen mitreden (wollen).