

9. April 2010



Social Media im Jugendmarkt von Banken und Sparkassen

Stand 30. 3 . 2010

Kein Jugendmarkt ohne Social Media

Die Zielgruppe kommuniziert in und über Social Media. Wer Jugendliche und junge Erwachsene erreichen will, muss Social Networks nutzen.

Jugendliche und junge Erwachsene nutzen Social Networks täglich um mit ihren Freunden zu kommunizieren. Social Networks sind für diese Zielgruppen so unverzichtbar wie das Handy.

Marketingkonzeption für den Jugendmarkt kann damit dauerhaft ohne Social Media auskommen.

Marketing in Social Networks bietet gegenüber allen anderen Kommunikationswegen den Vorteil, damit andere Methoden und die Freundeskreise der Zielgruppe verknüpfen zu können.

Klassische Werbung in Social Networks funktioniert dagegen nur noch marginal.

Jugendmarktkonzeptionen ohne Social Networks sind damit nicht mehr auf der Höhe der Zeit.

Social Media im Jugendmarkt

Was leistet Social Network Marketing idealer Weise für den Jugendmarkt

- **Kommunikationsplattform:** Social Networks sind die Kommunikationsplattform der Zielgruppe. Andere Kommunikationswege fallen in Wahrnehmung und Reichweite ab.
- **Akquisitionsplattform:** Die technischen Möglichkeiten von Social Network Plattformen erlauben den kommunikativen Zugriff auf die Freundeskreise der Zielgruppe und damit Akquisition und Expansion in neuer Qualität.
- **Kundenbindung:** Social Networks erhöhen über die Funktion der Kommunikationsplattform und die darüber genutzten sozialen Bindungen die Kundenbindung.
- **Wettbewerbssituation:** eine aktive Social Network Plattform bietet einen strategischen Wettbewerbsvorteil in der Vermarktung eigener Leistungen und erschwert bei entsprechender Reichweite dem Wettbewerb den Zugang zur Zielgruppe.

Kompetent gestaltet führt Social Networks den Nutzer über die Kommunikation unter Freunden zur Nutzung von Produkten und zum Aufbau der Kundenbeziehung. Dies entlastet Vertrieb und Marketing und erhöht die Marktwirkung.

Anforderungen

Social Media Kompetenz bündelt idealer Weise

- technisches know how
- Social Network Marketing know how
- praktische Erfahrung in Social Network Marketing
- Plattformkompetenz (Social Network Plattformen)
- Kompetenz in Business Integration
- Community Management und Volunteer Management

um damit eine im Markt wie betriebswirtschaftlich erfolgreiche Social Media Strategie zu realisieren.
Diese Kombination ist selten, wird aber durch unser Team abgedeckt.

Das Dilemma regionaler Sparkassen und Banken

Die Nutzung bestehender Social Network Plattformen ist aus verschiedenen Gründen schwierig.

Größere Probleme liegen in

- der datenschutzrechtlichen Qualität der Plattformen
- möglichen Imageproblemen durch ein nicht kompatibles Umfeld
- mangelnde regionale oder lokale Nutzbarkeit
- geringe Integrationsmöglichkeit für die Vermarktung von Produkten und Leistungen.

Der Aufbau eigener Plattformen überfordert schnell die Ressourcen einzelner Häuser. Banken und Sparkassen leiden aber nicht nur unter einem Defizit an Instrumenten und Kompetenzen.

Vor allem fehlt es an ausreichender Unterstützung von Verbänden und organisationseigenen Dienstleistern.

Jugendmarkt aktuell - Social Media Kompetenz inklusive

Fundierte Social Media Kompetenz ist schon deshalb rar, weil es wenige Agenturen und Freelancer gibt, die das Thema inside kennen und beherrschen.

Die persönliche Nutzung von Facebook und Twitter macht so wenig zum Social Media Spezialisten wie die Girokontonutzung zum Banker qualifiziert.

Eine zeitgemäße Jugendmarktkonzeption basiert auf:

Social Network Marketing

Inhalt: Auf der Basis einer sicheren, eigenen technischen Plattform und unter abgesicherter Einbeziehung der bestehenden Social Network Plattformen, die von Ihren Zielgruppen genutzt werden, wird Social Network Marketing betrieben. Die Anforderungen der Zielgruppe und die Interessen des Kreditinstituts (Sicherheit, Produktabsatz und Produktnutzung) werden durch entsprechende Aktivitäten und Maßnahmen in Einklang gebracht.

Community Management

Inhalt: Die Einbindung von Gruppen und externen Plattformen, Aktivierung der eigenen Plattformnutzung und User, Mitgliedergenerierung und Vernetzung wird durch Kommunikation, Organisation und Support realisiert. Die Business Integration wird inhaltlich über Angebote und Produkte mit der Plattformnutzung verbunden.

Die Sicherung von Wettbewerbsvorteilen für das Kreditinstitut durch Nutzungsvorteile für die Zielgruppe - online wie offline ist ein zusätzliches Ziel des Community Managements.

Business Integration

Inhalt: Die intelligente Einbindung von Produkt- und Nutzungskonzepten in die Nutzung der Plattform in Form von Inhalten, Aktivitäten und Aktionen die - online wie offline - mit Produktabsatz und -nutzung verbunden sind. Dies führt zur Integration von medialen Vertrieb und stationären Vertrieb in die Plattformnutzung.

Wir bieten alle Bestandteile als Full Service in der erforderlichen Qualität und Aktualität.

Geschäftsmodelle

1. Dienstleistungsmodell

Die Social Media Leistungen werden als Dienstleistung im Auftrag und im Namen des Kreditinstituts durchgeführt.

Es findet keine weitere Vermarktung oder Refinanzierung in Form von externer Werbung oder Marketing-integration Dritter statt.

2. Partnermodell

Die Leistungen werden als Gemeinschaftsleistung durchgeführt. Die Social Media Plattform erzielt durch Veranstaltungen, Werbung und andere Leistungen zusätzliche Einnahmen, die zur Finanzierung des Aufwands beitragen. Das Kreditinstitut fungiert als in der Außenwirkung als Partner.

WILFRIED SCHOCK



07151 3042774
0176 64019054
ws@i-marketing-net.de

9. April 2010

weitere Leistungen

Social Media Seminare und Workshops für Banken und Sparkassen

Öffentliche Seminare für Banken und Sparkassen mit Schwerpunkt Social Media im Jugendmarkt, veranstaltet an verschiedenen Standorten in Deutschland. Die Termine entnehmen Sie bitte der Website social-media-seminare.de

Firmenspezifische Workshops oder Seminare für die Nutzung von Social Media für spezielle Themen und Funktionsbereiche.

[Details auf Anfrage](#)

Consulting und Coaching

Wir beraten Sie bei der Nutzung von Social Media für Ihren Jugendmarkt - oder andere Bereiche - und begleiten die Mitarbeiter, die Social Media nutzen, so lange wie dies nötig ist, um den Erfolg zu sichern.

Kompetenz



Wilfried Schock

Brancheninsider Social Network Marketing

- mehrjährige Erfahrung aus der Entwicklung einer wirtschaftlich erfolgreichen Social Network Plattform
- Fachblog für Social Network Marketing i-marketing-net.de
- keynote Speaker (z. B. für Google zum Thema Social Networks)

Markterfolge Jugendmarkt

Einführung von Top-Giro und TopClub.
Marktanteilssteigerung von mehr als 30%-Punkten.

Kontakt

wilfried.schock@social-network-marketing.eu

+49 7151 3042774

[Xing](#)



Alexander Buchanan

Real Life Social Network Marketing Spezialist

- mehrjährige erfolgreiche praktische Erfahrung in der Nutzung von Social Network Plattformen für Marketing und Vertrieb.
- Spezialist für die Verknüpfung von virtuellem Social Network Marketing mit Real Life Social Network Marketing.
- mehr als 500 Veranstaltungen jährlich in mit jungen Zielgruppen

Kontakt

alexander.buchanan@social-network-marketing.eu

+49 711 620 415 0

[Xing](#)

Leistungsfähigkeit

Worauf basiert die besondere Effizienz unserer Social Media Leistungen für Ihren Jugendmarkt?

- Wir kombinieren die Kompetenz aus Social Media mit dem know how aus erfolgreichem Marketing im Jugendmarkt.
- Unser Team ist auf Social Media spezialisiert.
- Wir haben keine weiteren Produktinteressen und müssen auf keine andere Sparten (wie Printprodukte und deren höheren Ertrag) Rücksicht nehmen.
- Wir sind modular aufgestellt und arbeiten projektbezogen. Das heißt, wir nutzen für Projekte und Kampagnen die nötigen Leistungen nur dann, wenn sie gebraucht werden. Und auch nur so lange sie gebraucht werden.
- Wir bauen auf bestehenden Systemen und Infrastrukturen auf.