

Sie können im Acrobat Reader

mit <STRG>+L

auf **Vollbildansicht** umschalten

Publizieren im Internet

Regionales Online-Marketing

Techniken, Chancen, Perspektiven

Referent: Rüdiger Zwarg





hi-response.com
85551 Kirchheim

Rüdiger Zwarg
Dipl.-Ing. (Univ.) / MBA (IMD)
Beratung, Projektleitung

gf@hi-response.com
+49 (89) 9077 5043 (Festnetz)
+49 (177) 2 899 799 (Mobilfunk)
+49 (2561) 9594 123 11 (Fax/UMS)



Das Internet ist 12 Jahre alt

Wer will da behaupten, dass es seine endgültige Ausprägung gefunden hat?

Stets gibt es etwas Neues.

Ob „Hype“ oder nicht –
man weiß es immer erst später.



Beispiele für neue Trends

- lokale Suche und Encarta-Suche
- social bookmarks
- personalisiertes im Web
- misc

Links siehe Anhang



Jonathon I. Schwarz

Sun Microsystems - President, COO

We are now entering the participation age ...
individuals are starting to participate.

The endpoints are starting to inform the center.



Die Buzzwords dieses Vortrags:

- Weblogs
- CMS
- RSS- / Newsfeeds

Sage Ungewöhnliches mit gewöhnlichen
Worten, nicht umgekehrt



Die Fakten - online/offline

40% „offliner“

- 22% bei den 14 bis 29-jährigen
(geben ihr Geld woanders aus)
- 85% bei den über 60-jährigen
(Mehrnutzen nicht überzeugend genug; haben genug Infos und Unterhaltung aus den „Leanback-Medien“ (TV, Radio))

Es gibt querbeet immer Leute, die sich bewusst oder unbewusst gegen die Errungenschaften der modernen Welt entscheiden:

kein Auto, Fernseher, Handy und eben auch kein Internet

Die „Offliner“ konvertieren

- nicht durch abschätziges Titulieren
 - Ignoranten, Technikverweigerer, Warmduscher
- nicht durch „geek-talk“
 - Netizens, Blogosphäre

sondern durch

1. bessere Technik bei niedrigeren Kosten
2. einfacherer Bedienung, bessere Abläufe
3. leicht erfassbarer Mehrwert



Information Overload

- Volle Postfächer: Spam
- Millionen von Blogger,
die sich verewigen wollen
- Effizienter Umgang muss erlernt werden

Von Gutenberg bis heute hat sich der Flaschenhals von der einen auf die andere Seite verlagert.

Nicht mehr das Publizieren ist das Problem, sondern die Informationsverarbeitung.



Weblogs (oder CMS-Light)

- bekannt geworden im US-Wahlkampf (Blog for America)
- inzwischen von Firmen und Medien entdeckt
- eigene Suchmaschine (technorati.com)
- Qualität ?



Blogs on The Daily Show

Hurry and turn on The Daily Show – Jon Stewart is talking about the 24–hour news channels covering blogs! Catch the repeat tonight and tomorrow. :-)

- “By reading the blogs on TV, the 24–hour news networks have combined the visual pizzazz of a text file with the deep insight of a 90–second cable segment.”
- “When I want hard-hitting news, I turn to CNN. Who turns to Skippy the Bush Kangaroo.”
- “Kudos to MSNBC for using the power of blogs to finally give voice to the already voiced.”
- And now Rob Cordory is covering blogs! “That no-talent hack Rob Cordory is on TV talking about us....”



Highlights des Videoclips

- Die besseren Blogs sind frei, offen, unzensuriert und zeichnen sich durch gewissenhafte Recherche aus.
- Die Nachrichtensender haben reagiert... indem sie Ihre schlechte Berichterstattung auf Blogs ausgedehnt haben.
- Die Blog-Sendungen verbinden den visuellen Charme einer Textdatei mit der Tiefgründigkeit eines 90 Sekunden Nachrichtenclips.
- Für harte Fakten schaut der Moderator bei CNN rein... die wiederum holen ihre Infos von „Skippy the Bush Kangaroo“.
- Bei MSNBC berichtet ein Blogger per *Webcam*. Das ist die selbe Hoch-Technologie, mit der auch voyeurdorm.com arbeitet.
- MSNBC gibt per Blog denen eine Stimme, die schon eine Stimme haben.



Verbreitung von Blogs

- Frankreich 4,9%
- Niederlande 3,5%
- USA 3%
- Großbritannien 1,4%
- Deutschland 0,2%

Anzahl der Blogs im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung

Quelle: Business Week / Loiclemeur.com

Internet-Blase geplatzt Blogs entzaubert

Gut!

- Jetzt zurücklehnen und „business as usual“?

Großer Fehler!

- Die neue Technologie wird uns weiter begleiten und immer wichtiger werden!



Die Verdienste der Blogs

- Dynamische Webseiten sind „normal“
- Es ist chic eigene Inhalte zu produzieren
- Kontrolle der 4. Gewalt
(Grimme-Preisträger 2005: BildBlog.de)
- RSS-Feeds sind populär geworden



Blog-Beispiele

- bildblog.de
- blogforamerica.com
- andrewsullivan.com (100.000 visits)
- powerlineblog.com

Links siehe Anhang



Really Simple Syndication

Now you don't have to
follow the news.

The news follows you.

-CNN



Es gibt 3 Definitionen

- Rich Site Summary
- RDF^{*)} Site Summary
- Really Simple Syndication

^{*)} Resource Description Framework



So könnte ein „Feed“ aussehen

```
<?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
<rss version="2.0">
  <channel>

    <title>Hier den Titel des News-Feeds</title>
    <link>Allgemeiner Link zur Webpräsenz</link>
    <description>Kurze Beschreibung</description>
    <author>Autor des Feeds (selten verwendet)</author>
    <language>de-de</language>
    <copyright>Copyright-Informationen</copyright>
    <pubDate>Datum der Erstellung</pubDate>
    <image>
      <url>Soll ein Banner, ein Bild mit eingebunden werden, hier dessen URL eintragen</url>
      <title>Titel des Bildes</title>
      <link>Allgemeiner Link zum Bild, z. B. der Webpräsenz, des Herausgebers</link>
    </image>

    <item>
      <title>Titel des ersten Beitrages</title>
      <description>Eine kurze Zusammenfassung der News</description>
      <link>direkter Link zu weiterführenden Angaben der News</link>
      <author>Autor des Artikels</author>
    </item>

    ...

  </channel>
</rss>
```

Quelle: Wikipedia.de



Wie liest man so etwas?

- Eigenständige Programme nennen sich „Aggregator“ oder „RSS-Reader“
- Moderne Browser¹⁾ und Mail Clients²⁾ haben integrierte Module.

Mein Favorit: Klipfolio von Serence

1) Netscape Navigator 8.0
Firefox
GUIs für Internet Explorer (z.B. Maxthon)

2) Outlook (ältere mit Zusatzprogramm)
Thunderbird

ältere Browser evtl. mit Plug-In



Der Charme von KlipFolio

- ansprechende Oberfläche
- Einfügen von Klips mit einem Klick
- Start beim Einschalten des PCs
- Klipfarm als zentrale Resource



Direkt auf den Bildschirm

- Die aktuellsten Meldungen werden bei jeder Verbindung mit dem Internet abgeholt
- kein aktives Surfen mehr notwendig (Zeitersparnis, geringe Komplexität)



Entdecke die Möglichkeiten...

- aktuelle Nachrichten verfolgen
- das aktuelle Wetter abfragen
- Termine einsehen
- **(regional) Kunden informieren**

weitere Ideen unter [thingsyoucandowithrss](#)



Ziele des Marketing

- Neukunden akquirieren
(share of market)
- Umsatz pro Kunde erhöhen
(share of customer, share of wallet)
- Dauer der Kundenbeziehung erhöhen
(lifetime value)

Umsatz und Gewinn steigern

Muss es Online-Marketing sein?

- Online zu sein ist genauso wichtig wie im Telefonbuch zu stehen
- Es gelten zunächst einmal die selben Regeln wie für das klassische Marketing: Wer seine Hausaufgaben nicht erledigt, wirft Geld zum Fenster raus.
- Es muss nicht (gleich) ein Hochglanz-Auftritt sein: einfach aber kompetent, informativ und aktuell

Nicht zaudern: Just do it!



Meine Kunden sind nicht online!

- Menschen, die Ihnen wichtig sein sollten
- Journalisten, Politiker, Funktionäre -, (lassen) recherchieren, und zwar online
- Mit einem kundenorientierten, vertrauenswürdigen Internetauftritt haben Sie die Chance als „bedeutend“ oder „führend“ wahrgenommen zu werden
- Die Zahl der Nutzer steigt. Die Charakteristika nähern sich der „normalen“ Bevölkerung an.

Online-Marketing ist anders

- + nur (echte) Interessenten, rufen Sie auf oder tragen sich für Newsletter ein.
- Pop-Up Blocker etc. machen „Push“ und Neukundengewinnung schwer
- eMails haben es noch schwerer als Postwurfsendungen
- + schnell bei niedrigen Kosten
- + das Web verzeiht Fehler
- + theoretisch weltumspannende Reichweite
- + Erfolg messbar



Regional ist noch mal anders

- für kleine Unternehmen ist ein Newsletter eher zu aufwändig
- Google AdSense u.a. könnten in Verbindung mit dem Ort funktionieren, Banner eher nicht
- Neukundengewinnung über
 - Virales Marketing (Empfehlung leicht machen!)
 - Cross Selling (z.B. Boutique, Schneiderei, Schuhgeschäft)



Sie verkaufen über...

- materielle Attribute:
 - Produkt- oder Servicemerkmale
 - Preis
 - Qualität
- immaterielle Attribute:
 - Stil
 - Erfahrung
 - Originalität



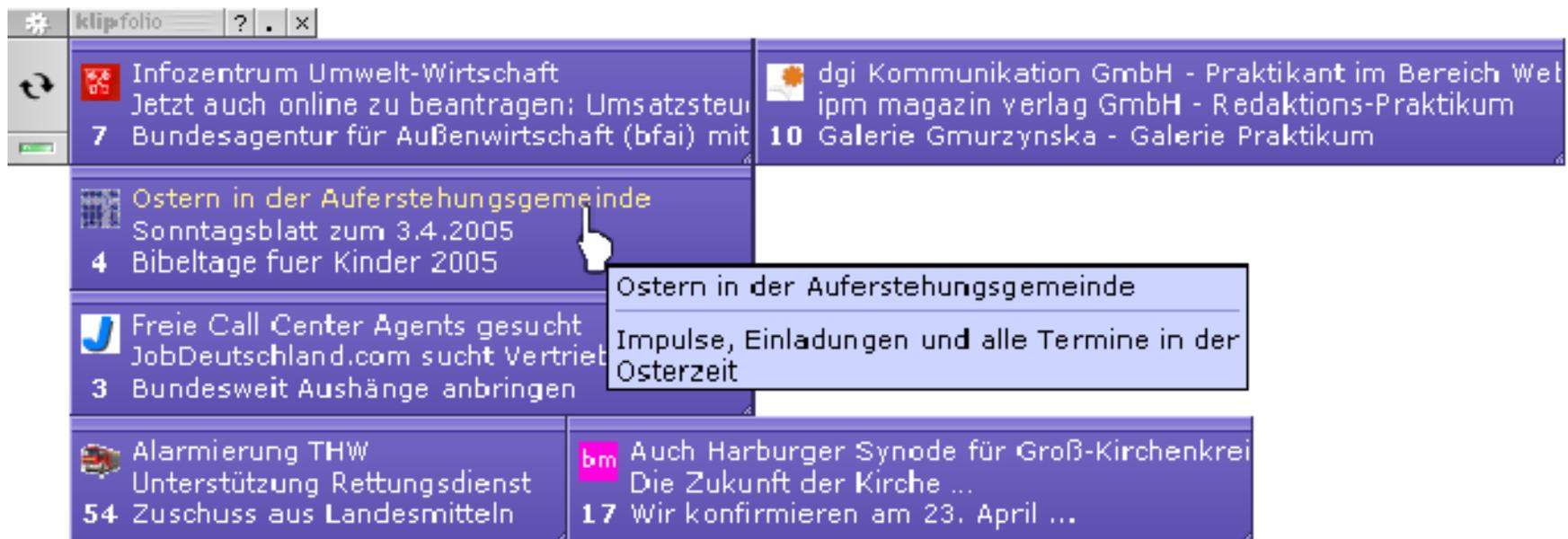
Ein CMS ist empfehlenswert

- häufige Ergänzungen helfen dem Image
- zeitgesteuerte Inhalte sparen Kosten und verhindern Peinlichkeiten (Weihnachtsmann zu Ostern)
- ausgereifte Produkte auch als Open Source (PHPNuke, Mamba, Typo3)



Funktionsweise von Klipfolio

Ein Zusatzelement, der Klip, erhöht den Komfort



Informieren ohne zu nerven

Man begegnet so dem Bürger,
Mitglied oder Kunden mit höflichem
Respekt.

Sie haben einen prominenten Platz
auf dem Desktop des Surfers und
halten sicheren Abstand zu den
Spammern.

Der Internetnutzer hat jederzeit das Heft in der
Hand und genießt so Ihre Infos ohne Reue.

Mit einem Klick ist ein Info-Klip ausgeschaltet
oder gelöscht. Allein das Wissen darum
beruhigt. Daher ist die Hemmschwelle, einen
Klip zu abonnieren, niedriger als bei einem
Newsletter.



Die Komplexität variiert

- auswählbare Kategorien
- Benachrichtigung bei Stichwörtern
- u.v.m.



„Klips“ gibt es...

für die *Allgemeinheit*,
z.B. von ARD, Stern, Focus, Spiegel, Kicker

für *Interessensgruppen* (B-2-C und B-2-B)
...von der Gemeinde an die Bürger
...vom Großhändler an die Händler
...von Versicherungen an AD-Mitarbeiter
...von Verbänden und Vereinen an Mitglieder
...von Firmen an Stammkunden
...USW.

Ziele von RegioKlips

RegioKlips möchte Internetnutzern einen neuen Weg zu aktuellen Informationen bieten. Ein Weg ohne Umstände wie das aktive Aufrufen von Webseiten und ohne unliebsame Nebenwirkungen wie volle Mail-Eingangskörbe etc.

Informationsanbietern (öffentlichen und kirchlichen Einrichtungen, Vereinen, Firmen) eröffnen sich **ganz neue Möglichkeiten des Dialogs**.



Andere schlafen nicht

eBay kauft den Markt still und leise

- Craigslist (1995, 14+ MA, 2,5Mrd/M)
- Gumtree (2000, 7MA)
- LoQUo (2002, <20MA)
- Marktplaats (12Mio/M)
- **Kijiji (3/2005)**

Links siehe Anhang



Noch Fragen?

...und nun zur praktischen Demonstration

- Inhalte in Typo3 einpflegen
- von Typo3 via RSS-Feed zu Klipfolio



Die Links dieses Vortrags

<http://beta.search.msn.com/>

<http://del.icio.us/>

<http://a9.com/>

<http://www.google.com/intl/en/options/>

<http://technorati.com/search/pischetsrieder>

http://www.grimme-institut.de/event/goa/de/preistraeger/preistraeger_2005/bildblog.htm

<http://www.bildblog.de/>

<http://blogforamerica.com/>

<http://andrewsullivan.com/>

<http://powerlineblog.com/archives/007760.php>

<http://www.rsscalendar.com/rss/login.asp>

<http://timyang.com/wiki/doku.php?id=lists:thingsyoucandowithrss>

<http://www.craigslist.org/>

<http://www.gumtree.com/>

<http://www.loquo.com/>

<http://www.marktplaats.nl/>

<http://kijiji.com/>

Videoclip: http://movies.crooksandliars.com/The%20Daily_Show_Blogs.wmv

oder (QT): http://movies.crooksandliars.com/The%20Daily_Show_Blogs.mov

©2005 – Rüdiger Zwarg Alle Rechte vorbehalten.

Die Verwendung dieser Präsentation, in Gänze oder auszugsweise, bedarf der schriftlichen Genehmigung.

Zitieren mit Quellenangabe gestattet



Kontakt Daten

Rüdiger Zwarg

eMail: gf@hi-response.com

Telefon: +49 (89) 9077 5043

Fax/UMS: +49 (2561) 9594 123 11

