

Social Media im Vertrieb

oder

Die Geschichte des Schaufensters

Ralf Pispers, Neuss, 19.10.2010



Einführung

Zahlen zur 2. Internet-Revolution

Zur Person

Aktuelle Strategien

Die neue Sicht auf die Dinge

Social Media im Einsatz

Das Potential: Die Geschichte vom Schaufenster

Diskussion

Einführung



Wer von Ihnen hat den Bär schon erschossen?

YouTube Suchen Kategorien Video hoch

NSFW. A hunter shoots a bear!

tippexperience 1 Videos Abonnieren



0:14 / 0:30 360p CC

tippexperience 25. August 2010 6.739.183 Aufrufe

A huge bear attacks after being shot by a hunter.

Bekannt aus: youtube.com

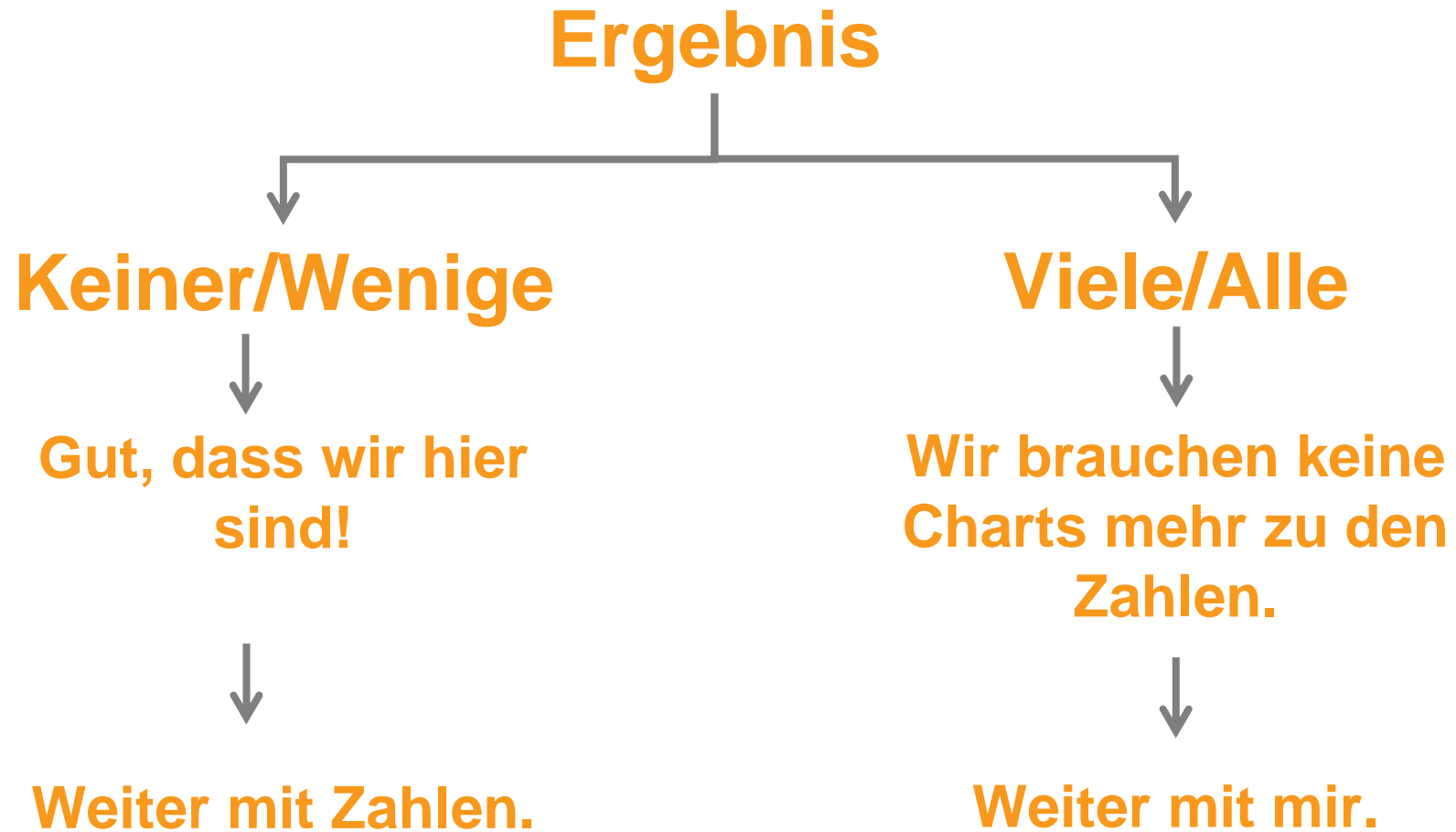
Wer von Ihnen kennt den United Song?



The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top, the YouTube logo is on the left, and a search bar contains the text "united breaks guitars". To the right of the search bar are links for "Suchen", "Kategorien", and "Video hochl". Below the search bar, the video title "United Breaks Guitars" is displayed, followed by the channel name "sonsofmaxwell" and "17 Videos". A button labeled "Abonnieren" is visible. The video player itself shows a man in a white shirt playing a guitar. A blue overlay at the bottom right of the video frame reads "Song #3 is Now Available at www.DaveCarrollMusic.com/song3". Below the video player, the video's metadata is shown: "sonsofmaxwell" | 6. Juli 2009, "UBG Song#3 is released! www.davecarrollmusic.com/song3 There is now a video...", and "Sons of Maxwell - Everyone". A view count of "9.139.936" is shown next to "Aufrufe". Below this is a "Werbung" (Advertisement) section with the text "Bekannt aus: time.com". At the bottom of the interface are buttons for "Mag ich", "Speichern in", "Weiterleiten", and "<Einbetten>".

Wer von Ihnen nutzt bereits eine dieser Anwendungen?





Starkes Wachstum – Wenige Player dominieren die Touchpoints



13 Mio. Besucher Feb. 10
16 Mio. Besucher April 10



8 Mio. Nutzer



StayFriends™
Schulfreunde wiederfinden

10 Mio. Einträge



Abrufe Okt. 09: 1Mrd./Tag
Abrufe Mai 10: 2 Mrd./Tag



2,9 Besucher/Monat



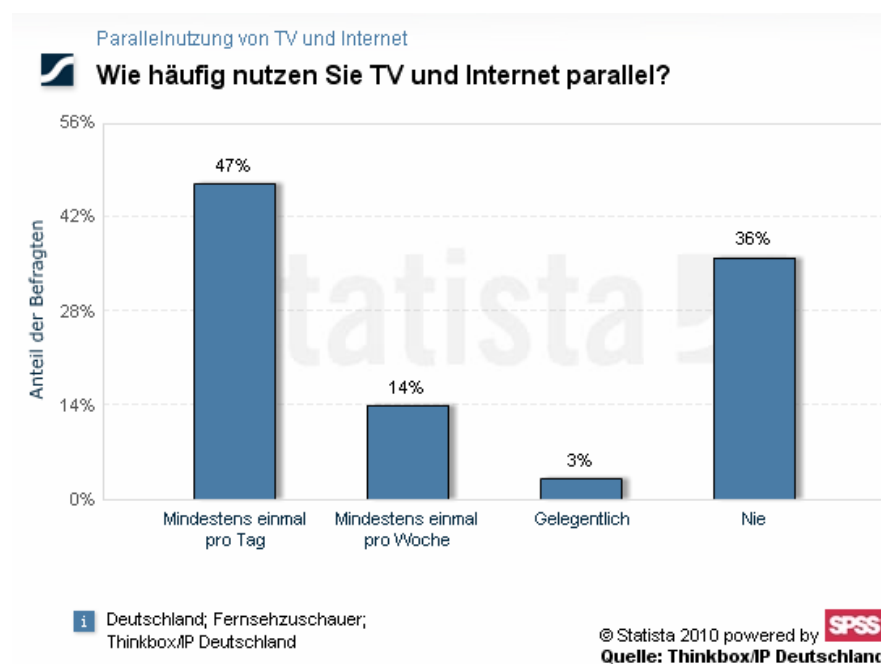
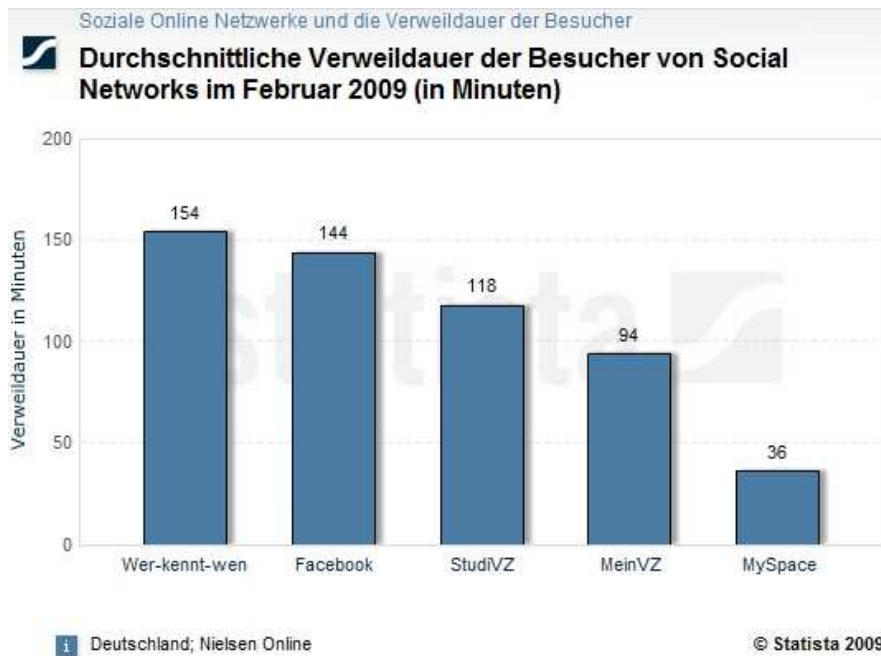
13,8 Nutzer

(StudiVZ-Gruppe: StudiVZ,
SchülerVZ, MeinVZ)



3 Mio. Nutzer

Social Media kannibalisiert die klassischen Medien



Die Welt der Kunden-Touchpoints verändert sich

Alte Welt	Web 1
<ul style="list-style-type: none">• Wohnort• Dorfgemeinschaft• Vereine• Regionale Leistungsshow	<ul style="list-style-type: none">• Website• Google• Vermittlerhomepage• Vermittlersuche



Die Welt der Kunden-Touchpoints verändert sich



Zur Person



Aktive Nutzung der sozialen Medien für den beruflichen und privaten Erfolg



Aktuelle Strategien



Allianz Kai – YouTube Channel: 81, 18 und 169 Aufrufe der Videos

The screenshot shows the YouTube channel page for Allianz Kai. The main video player displays a video titled "Erneute Wiedergabe" with a duration of 1:14. The video content includes the Allianz logo and text: "Mehr Filme gibt es bei Allianz Kai auf www.spannende-jobs.de". Below the video player, the video title "Interessante Kontakte gibt's nicht nur bei Facebook" is shown, along with its metadata: "From: AllianzKai | 4. Mai 2010 | 81 Aufrufe" and "Nicht nur bei Facebook, Twitter und Co gibt's interessante Kontakte!".

The right sidebar features two sections:

- Uploads (5)**:
 - "Interessante Kontakte gibt's nicht nur bei Facebook" (81 Aufrufe - vor 6 Tagen, 1:14)
 - "Billy the KIT ist nicht der Einzige im" (18 Aufrufe - vor 6 Tagen, 0:33)
 - "Spitzenleistung gibts nicht nur bei der Allianz" (169 Aufrufe - vor 1 Monat, 1:57)
- Favoriten (4)**:
 - "Alexander Marcus Mega MTV" (feuchtknecht - 93.428 Aufrufe, 4:09)
 - "Allianz: 'Nachbars Kirschen'" (fridgehh - 3.595 Aufrufe, 1:00)
 - "Allianz Werbung Auto-Versicherung" (80erBlog - 6.695 Aufrufe, 1:01)

Allianz Kai - Facebook Profil: 215 Freunde

facebook Search Home Profile Account

Allianz Kai Add as Friend

Wall Info

Allianz Kai Morgen ist e-fellows-Netzwerktreffen & meine Präsentation steht! Thema: Wer ist eigentlich Kai? Bin selbst überrascht, was wir schon alles mit unserer Kampagne www.spannende-jobs.de gewonnen haben
4 hours ago · Comment · Like

Angi Bachmann wann, wo und vor allem wer darf da kommen lieber Kai?!
4 hours ago

Josef Buschbacher Also ich hätte auch noch Zeit :-)
4 hours ago

Allianz Kai :-;) Morgen ist's leider nur für die e-fellows-Partnerunternehmen! Sie wollen wissen, was ich eigentlich den ganzen Tag so treibe!! Daher ist das morgen leider ein geschlossener Rahmen!
4 hours ago

Write a comment...

Allianz Kai *1. Platz bei „Join the best“ Video
*3. Preis Deutschen Dialogmarketing Preis 2010
*„Arena Motiv“ Top-Anzeige des Monats 2009 bei UNICUM
*„Arena Motiv“ Top-Anzeige des Jahres 2009 bei UNICUM
*„Seilbahn Motiv“ - Audimax Leserliebling im Dezember 2009
* Highest Climber, Universum
*Nominiert für eine der drei besten Employer Brand-Kampagnen i.R.d.HR Alliance Awards/DAPM
4 hours ago · Comment · Like

2 people like this.

Write a comment...

Allianz Kai Karrierestart mit Bits und Bytes, mit IT und IQ, mit HDD und SSD ...
Kurz: Unser IT-Traineeprogramm: <http://is.gd/c2HM4> #allianz #trainee
6 hours ago · Comment · Like

Hallo - ich bin Kai!
Lernt mich kennen in meinem neuen Videoportal:
<http://www.spannende-jobs.de>
Falls Ihr Fragen habt, helfe ich Euch zusammen mit dem Personalmarketing-Team der Allianz gerne weiter!

Information
Birthday:
March 30
Current City:
München, Germany
Website:
<http://www.spannende-jobs.de>
<http://www.perspektiven.allianz.de>
http://www.twitter.com/allianz_kai
<http://www.youtube.com/allianzkai>

Create an Ad

Facebook Pages

Facebook Pages help you discover new artists, businesses, and brands as well as connect with those you already love.

More Ads

(c) 2010 .dotkomm rich media solutions

Allianz Kai – Twitter Account: 406 Follower

Allianz 

twitter Hast Du ein Konto? Einloggen > räume > Weiterkommen > Mensche

Erhalte kurze, zeitgemäße Nachrichten von Allianz HR-Marketing.

Twitter ist eine reiche Quelle von Echtzeitsinformationen. Es ist ganz einfach, Dich über eine Reihe von Themen auf dem Laufendem zu halten. **Melde Dich jetzt an** und folge **@Allianz_Kai**.

Jetzt anfangen > Erhalte Updates per SMS. Sende eine SMS mit **follow Allianz_Kai** an Deinem entsprechenden Code. [Codes für andere Länder](#)

Allianz_Kai

@Britta_Mertens nein, hat er noch nicht, der Bengel ;-) vor ungefähr 5 Stunden via web als Antwort auf Britta_Mertens

Karrierestart mit Bits und Bytes, mit IT und IQ, mit HDD und SSD ...
Kurz: Unser IT-Traineeprogramm: <http://is.gd/c2HM4> #allianz #trainee
vor ungefähr 7 Stunden via web

@Britta_Mertens ... hm, ich ja auch, aber noch wird nix verraten ;-) vor ungefähr 10 Stunden via web als Antwort auf Britta_Mertens

Wer ist eigentlich @Allianz_Kai? Das erfahren alle, die morgen auf dem e-fellows Netzwerktreffen sind. Freue mich schon!
vor ungefähr 12 Stunden via web

Name Allianz HR-Marketing
Ort Munich
Web <http://www.spanne...>
Biografie Hier twittert das Personalmarketing der Allianz Deutschland AG. Für andere Allianz tweets: @allianz_de / @az_knowledge / @allianz_com / @allianzdirect

107 **406** **58**
Following Follower Gelistet

Tweets 327

Favoriten

Listen
[@Allianz_Kai/allianz-accounts](#)
[Alle ansehen](#)

Following

asia, nbc, twitter, eu, adidas, intel, etc.

Hallo - ich bin Kai!

Lernt mich kennen in meinem neuen Allianz Videoportal:
<http://www.spannende-jobs.de>

Ihr fragt Euch sicherlich, warum ich mich plötzlich auch hier bei Twitter herumtreibe? Natürlich um Euch kennen zu lernen und um auf unsere spannenden Jobs aufmerksam zu machen.

Bei Fragen zur Allianz und möglichen Karriereperspektiven: Tretet einfach mit mir in Kontakt. Ich frage dann meine Kolleginnen und Kollegen aus dem Personalmarketing der Allianz Deutschland AG und gebe Euch so schnell wie möglich eine Antwort.

Ich freue mich auf einen regen Austausch mit euch!!

Euer Kai

P.S.: Wer neben meinen Aktivitäten bei Twitter weitere aktuelle Informationen und News von mir bzw. dem Team Personalmarketing der Allianz Deutschland AG erhalten möchte, kann mich gerne auf folgenden Seiten besuchen bzw. mich dort auch kontaktieren:

Markus Walter @ Allianz: 1.241 Follower

Erhalte kurze, zeitgemäÙe Nachrichten von MarkusWalter@Allianz.

Twitter ist eine reiche Quelle von Echtzeitsinformationen. Es ist ganz einfach, Dich über eine Reihe von Themen auf dem Laufendem zu halten. **Melde Dich jetzt an und folge @allianz_de.**

Jetzt anfangen > Erhalte Updates per SMS. Sende eine SMS mit **follow allianz_de** an Deinem entsprechenden Code. Codes für andere Länder

allianz_de

Karrierestart mit Bits und Bytes, mit IT und IQ: Allianz IT-Traineeprogramm: <http://is.gd/c2HM4> #Traineeship (via @allianz_kai)

vor ungefähr 7 Stunden via Netvibes

Wetterfest oder seekrank? Interview zu #Offshore-Windparks <http://bit.ly/offshore1005> #Windenergie #Strom

vor ungefähr 9 Stunden via Netvibes

Ui, jetzt aber schnell: Die Anmeldund zum #tittwoch MUC mit @frischkopp startet <http://bit.ly/tittwoch> (und ich bin da in Urlaub :-)

Name MarkusWalter@Allianz
Ort München / Germany
Web <http://www.allianz.de>
Biografie Online-Redakteur
Markus Walter blickt über den Tellerrand. Bei der Allianz geht's um mehr als nur Versicherungen

181	1,241	135
Following	Follower	Gelistet

Tweets 968

Favoriten

Listen

- @allianz_de/allianz
- @allianz_de/social-media-menschen
- @allianz_de/corporate-twitter

Alle ansehen

Following

Allianz Knowledge: 12.654 People Like This Wenn das Thema stimmt, dann klappts auch mit den Nutzern.

The screenshot shows the Facebook profile of Allianz Knowledge. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for Home, Profile, and Account. The profile picture is a globe with the word 'Knowledge' below it. The cover photo is a blue and white abstract image. The main content area features a post from Allianz Knowledge dated May 6 at 2:50pm, which discusses the EU's use of cap and trade to contain CO2 emissions and includes a video of Patrick Birley. The post has 12 likes and 14 comments. Two comments from Henri Westland are visible, discussing the effectiveness of carbon markets and Facebook's privacy policies. The left sidebar contains information about the page, including its founding year (2007), a list of friends (Klaus Eck), and a list of 12,654 people who like the page. The right sidebar features a 'Create an Ad' section and a 'Facebook Pages' advertisement.

facebook Search Home Profile Account

Allianz Knowledge Like

Wall Info Invite Tipping Points Green Insur... Photos >>

Allianz Knowledge + Others Allianz Knowledge Just Others

Suggest to Friends

Allianz Knowledge focuses on Climate Change, Energy, Microfinance, Demographic Change, and Safety & Health. These topics are vital to our business – and to our world.

Information

Founded: 2007

1 Friend Likes This

Klaus Eck

12,654 People Like This

Amr El-shabasy Macarena Lopez Israel Lacusong

Cindy Wayyas Ahmed Ali Christine Penner Polle

Climate Tipping Points

Allianz Knowledge The EU is using cap and trade to contain CO2 emissions. Does it help? We spoke with an expert, Patrick Birley from the European Climate Exchange.

Do Carbon Markets Really Help The Climate? | Emissions Trading | Allianz Knowledge
knowledge.allianz.com

Governments back cap-and-trade to cut CO2. But does emissions trading actually reduce emissions? Absolutely, insists European Climate Exchange CEO Patrick Birley, but forget the trades, concentrate on the cap.

May 6 at 2:50pm · Share

12 people like this.

View all 14 comments

Henri Westland A completely insulated earth surface is a desaster. The sun hits only some airmolecules. The insulation material (snow or foam) cannot be warmed. The eart surface is not heating the air. There will be no uprising heat. Frost all over the world is not a good idea. So why not quiddly stimulate worldwide planting, to insulate rock materials? I think ...
See More
10 hours ago · Flag

Henri Westland Be very very very careful with the managers of Facebook. They alter your profile without telling you about it. On activities they wrote 'MENTAL ILLNESS'. I wiped it awaya minute ago. This kind of intolerable behaviour is called prejudice. IT CAN HAPPEN TO YOU TOO. So be careful and check your profile right now.
about an hour ago · Flag

Allianz Knowledge A lot of people still question the science behind global warming. Here are some of the most widespread misconceptions and how to answer them.

Climate Myths | Galleries | Allianz Knowledge
knowledge.allianz.com

Create an Ad

Facebook Pages

Facebook Pages help you discover new artists, businesses, and brands as well as connect with those you already love.

More Ads

**Wie sollen sich diese Aktivitäten
amortisieren? Wo ist der ROI?**

**Und wo ist der Mehrwert zu
Newslettern, Microsites und Websites?**

Eine neue Sicht auf die Dinge

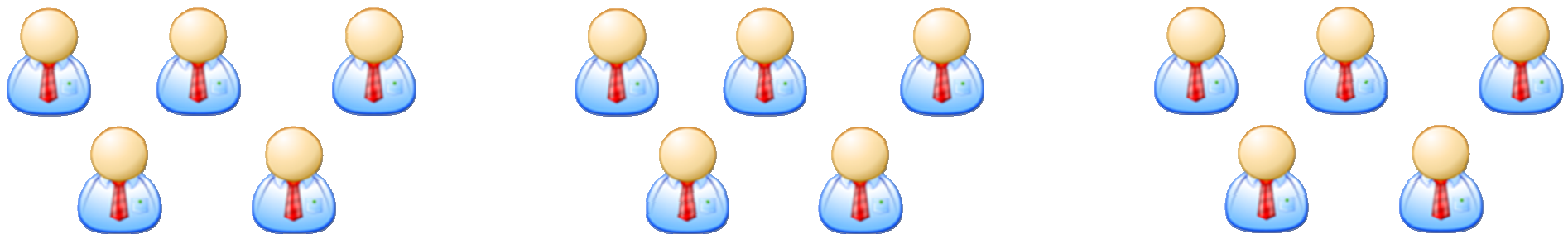


Das eigentliche Potential von Social Media steckt im Vertrieb

$$10.000 \times (100X + 50F + 25T) = 1.750.000$$

$$1.750.000 \times (24X + 5F + 12T) = 71.750.000$$

10.000 Vermittler



Social Media im Einsatz



Steckbrief

- Name: Ver Netzer
- Alter: 33
- Ort: Augsburg
- Beruf: Vermittler bei der A-R



Ziele

- Leadgenerierung
- Neukunden-Akquise
- Bestandskundenpflege
- „Ruhende“ Kontakte aktivieren
- Service optimieren und promoten
- Auffindbarkeit im Web erhöhen
- Profil schärfen

vs

Zeit

Steckbrief

- Name: Ver Netzer
- Alter: 33
- Ort: Augsburg
- Beruf: Vermittler bei der A-R



XING

facebook

twitter

Social Media im Einsatz



Schritt 1: Sofort über Veränderungen informiert werden



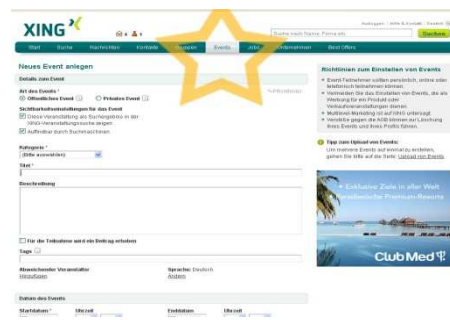
Schritt 2: Anknüpfungspunkte finden und im Vorfeld über Kunden informieren



Schritt 3: Über das Netzwerk Kontakt herstellen und Beratungsbedarf kommunizieren



Schritt 4: In Gruppen aktiv partizipieren, über gemeinsame Interessen das Gespräch suchen..



Schritt 5: Selbst aktiv werden. Events initiieren und Veranstaltungen besuchen



Schritt 6: Über die eigene Statusmeldung potentiellen Gesprächsstoff generieren und die Community teilhaben lassen.

- Kein CRM System in der Versicherungswirtschaft bietet die Möglichkeiten eines Social Networks
- Social Networks sind keine Spielerei, sondern schaffen konkretes Lead- und Vertriebspotential
- Social Networks sind nichts anderes als die Transformation des Vermittler-Alltags in die neue, digitale Welt – nur einfacher, schneller und effizienter
- Social Networks schaffen die Möglichkeit das Gros der nicht aktiv betreuten Kunden zu managen und daraus zusätzliches Geschäft zu generieren



Die Geschichte vom Schaufenster



Die Geschichte vom Schaufenster

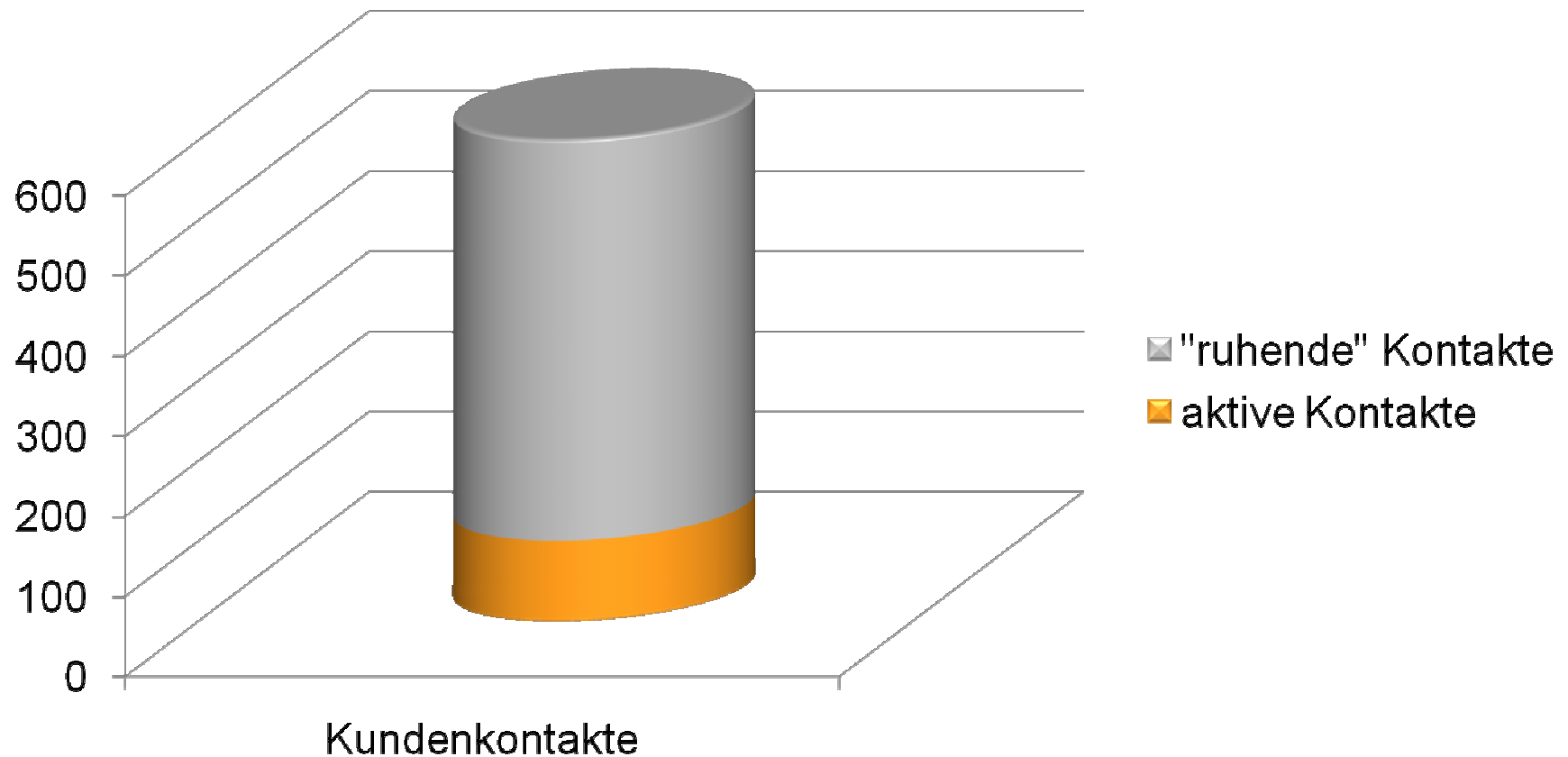


Stellen Sie sich vor, Ihre Kunden würden jeden Tag an Ihrem Schaufenster vorbei laufen. Sie würden Ihnen dabei aus ihrem Leben erzählen, würden Ihnen Photos zeigen vom Urlaub, vom neuen Haus, vom Baby. Und dabei wäre immer Zeit für einen Plausch, ohne dass Sie sich dafür ins Auto setzen müssten.



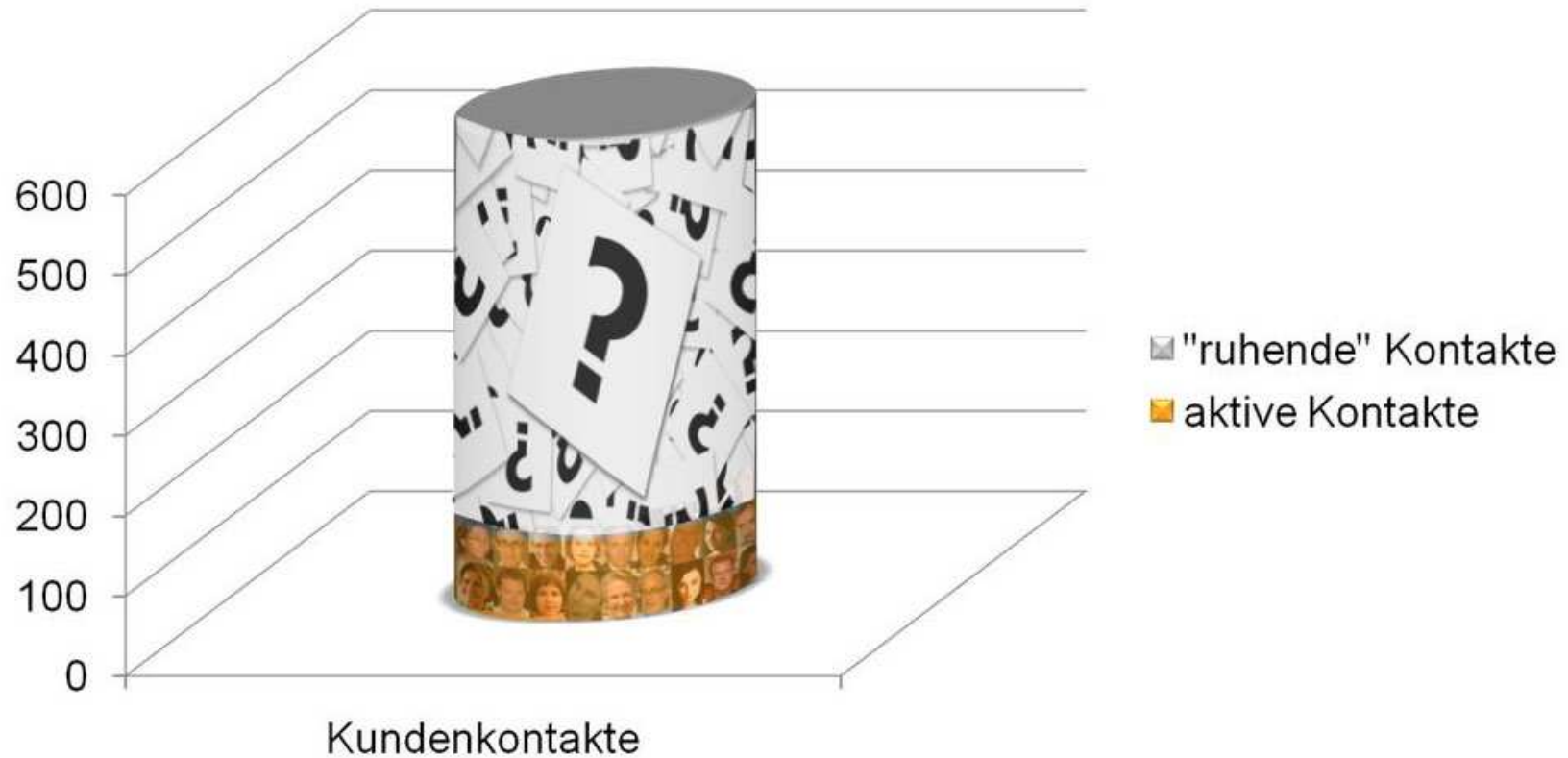
Wenn Sie der Meinung sind, dass Ihnen das zusätzliche Vertriebsansätze gibt. Dass das Ihre Vorbereitung auf Kundentermine verbessert. Dass Ihnen das mehr Effizienz und Zeitvorteile erschließt. Dann haben Sie verstanden, was Social Media strategisch für Ihr Unternehmen bedeutet.

Und für die sachlichen Kollegen: Der Weg zur eigenen Rechnung



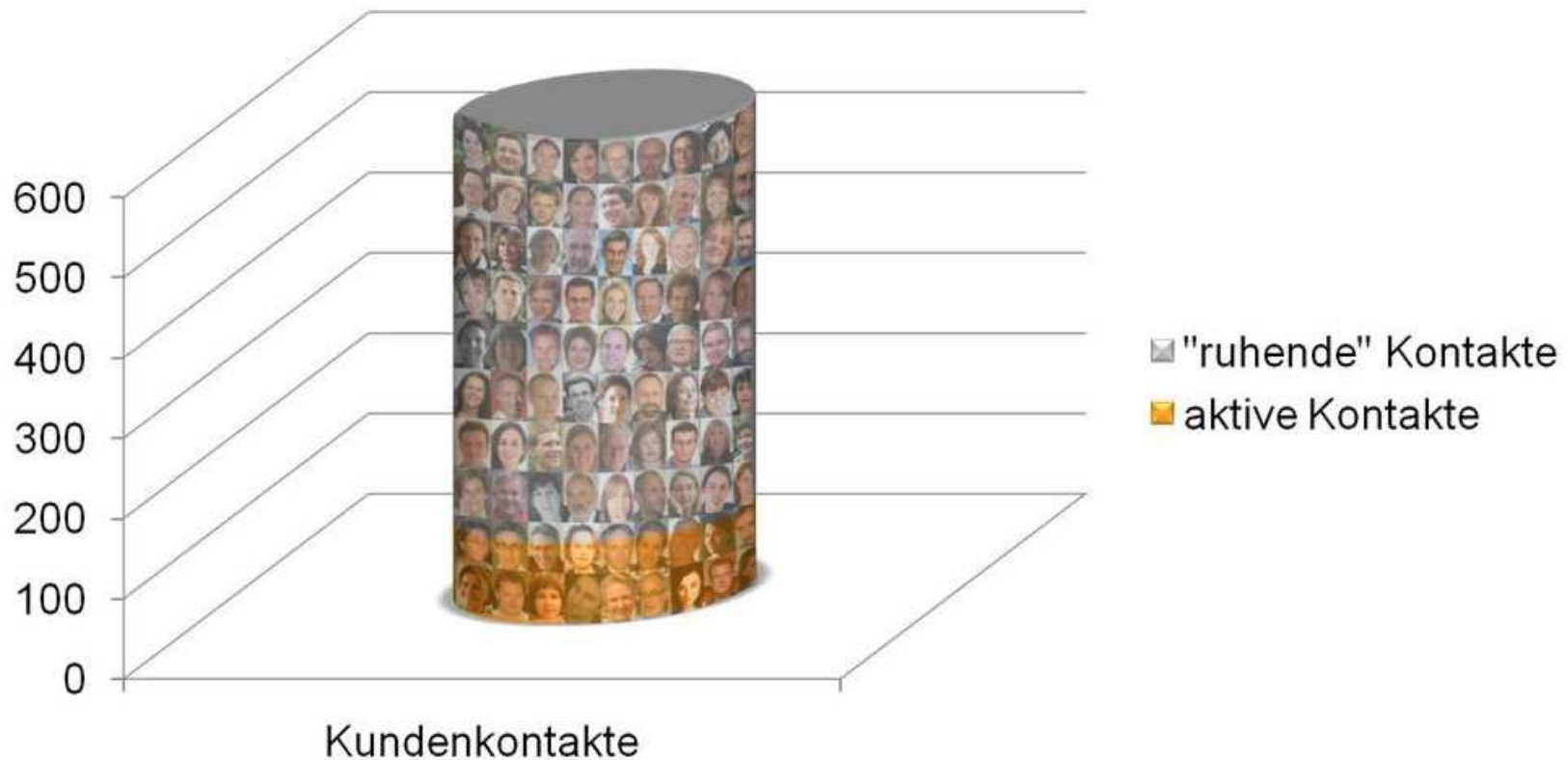
Die Geschichte vom Schaufenster

Ermitteln Sie den durchschnittlichen Anteil ruhender Kontakte im Bestand...



Die Geschichte vom Schaufenster

...und rechnen Sie aus, wie sich Ihr Geschäft entwickelt, wenn Sie über die sozialen Netzwerke 10% oder sogar 20% in aktive Kontakte umwandeln.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

- **Ralf Pispers**
Geschäftsführer
- **.dotkomm**
rich media solutions GmbH
Ehrenfeldgürtel 82-86
50823 Köln
- **Telefon: 0221 179 199 11**
Fax: 0221 179 199 29
Email: ralf.pispers@dotkomm.de
www.dotkomm.de

Wir lieben Dich.