

SERAMIS® facebook Fanpage



KOSTENLOS
PRODUKTE
TESTEN &
BEWERTEN ▶



SPANNENDE
AKTIVITÄTEN ▶

JETZT MITMACHEN!

UNTERH
KUR
WISSENS
EINBLIC



SERAMIS® facebook Fanpage

HINTERGRUND



Das Ergebnis einer hohen Kundenzufriedenheit spiegelt sich in einer hohen Markentreue bzw. Kunden-Loyalität wider. Loyale Kunden verfügen dabei nachweislich über eine hohe Weiterempfehlungsbereitschaft, welche dem Unternehmen ein nachhaltiges Wachstumspotential sichert.

Die Anerkennung der Kunden-Loyalität sowie die Förderung von Weiterempfehlungen erhalten durch den gezielten Einsatz von Instrumenten innerhalb sozialer Netzwerke, wie z.B. Facebook, eine große Dynamik. Die Konzeption eines effizienten, für den Kunden attraktiven und Dialog-orientierten Loyalty-Tools wird im nachfolgenden Fall-Beispiel näher erläutert.

TheConsumerView war bei dem **SERAMIS® facebook Fanpage** Projekt für die Konzeption, Projektmanagement und Content Management verantwortlich. Zuständig für das grafische Design der Umsetzung war die Agentur *D-Sign* in Hamburg, die Programmierung wurde von *Domsky & Domsky* in Bremen übernommen.

SERAMIS® facebook Fanpage

ZIELE DES PROJEKTS

Primäres Ziel des **SERAMIS® facebook Fanpage** Projektes war die Entwicklung eines neuen Facebook Fansseiten-Konzepts für die Pflanzenpflege-Marke SERAMIS®. Die Facebook-Seite sollte mittels zusätzlicher Anwendung (App) als Anlaufpunkt für treue Markenverwender dienen, um die Interaktion mit diesen zu verstärken (=ENGAGEMENT). Dabei galt es, die folgenden Aufgaben zu erfüllen:

- einen Kontaktpunkt für alle Fragen zum Thema Pflanzenpflege schaffen,
- einen Unterhaltungswert zu gewährleisten und so positiv erlebte Kontakte mit der Marke SERAMIS® erhöhen,
- einen zusätzlichen Kommunikationskanal für die Kundenbetreuung einrichten,
- SERAMIS® Verwender an der Entwicklung von Produkten mitwirken lassen,
- die Weiterempfehlungen der SERAMIS® Marke und Produkte auf externen Websites zu fördern,
- ein markeneigenes Panel zur Marktforschung und Entwicklung von Produktinnovationen zu schaffen und
- SERAMIS® Verwender für den SERAMIS® Produktkauf zu begeistern.

SERAMIS® facebook Fanpage

CONVERT to USAGE

Loyale SERAMIS®-Verwender zum SERAMIS®-Produktkauf animieren.

PROMOTE BRAND

Ziel: Weiterempfehlung der SERAMIS®-Marke und der Produkte durch die Community auf externen Websites generieren

PARTICIPATE & INNOVATE

Ziel: SERAMIS®-Community wirkt an der Entwicklung von SERAMIS®-Produkten mit



DISCUSS

Ziel: Kontaktpunkt für Fragen zum Thema Pflanzen

ENTERTAIN

Ziel: Den Fans einen Unterhaltungswert bieten, um positiv erlebte Kontakte mit der Marke SERAMIS® zu erhöhen

SOCIAL CUSTOMER CARE

Ziel: Zusätzlicher Kommunikationskanal für persönliche Kundenbetreuung.

SERAMIS® facebook Fanpage

PLANUNGSPHASE

Vorab wurde ein detailliertes Konzept für die weitere Umsetzung erarbeitet. Dabei wurden alle Aktivitäten und Funktionen auf Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit überprüft.

Die detailgenaue Planung sollte für die Zukunft gewährleisten, dass die laufenden Kosten der **SERAMIS® facebook Fanpage** bzw. Anwendung überschaubar und kalkulierbar blieben. Die geplanten Prozesse sollten sowohl eine hohe Flexibilität für Änderungen, als auch maximale Automatisierung garantieren, u.a. mit einer Auswahl geeigneter professioneller Logistik- und Fulfillment-Partner.

Im Zuge der gestalterischen Umsetzungen der Anwendung wurde durch einen weiteren, quantitativen Konzepttest erneut die Akzeptanz der **SERAMIS® facebook Fanpage** überprüft. Die gemessene, sehr hohe Attraktivität aller Konzept-Elemente (96% bewerteten Gesamtkonzept mit mindestens „gut“) führte zu wenigen kleineren Änderungen. Die Programmierung der Anwendung erfolgte durch die Kombination unterschiedlicher, flexibler und kostengünstiger Public License Content Management Systeme.

SERAMIS® facebook Fanpage

Beispiel:
SERAMIS® Kaufbelege
hochladen und Punkte
sammeln für
Prämienauswahl

Beispiel:
Externe, von Usern erstellte
SERAMIS®-Produktbewer-
tungen (z.B. auf amazon.de)
mittels APP dokumentieren und
im Prämien-System Punkte
erhalten.



Beispiel:
Über Open-Innovation
Projekte nimmt die Community
aktiv einen Einfluss auf
die Entwicklung von
SERAMIS®-Produkten

PRODUKTTEST DES MONATS



Jetzt bewerben:
Nur noch 453 Bewerber
bis 28.08.2013 möglich

4,8/5 (229 Bewertungen)

Handhabung/Anwendung: 4,9/5
Gebrauchsanleitung: 4,7/5
Pflanzen-Ergebnis: 4,8/5
100% würden dieses Produkt empfehlen

360° Engagement

Beispiel:
Informativer Themen-Blog
schafft regelmäßigen Anlass
zur Nutzung der
SERAMIS® Wunderland™ APP



Beispiel:
Schnelle und für die Community
transparente Beantwortung von
Fragen, die mit der Marke SERAMIS®
und mit den SERAMIS®-Produkten
zu tun haben



Beispiel:
2 x am Tag sorgen Posts
mit Beiträge rund um das
Thema Pflanzen für die
Interaktion mit den Fans.

SERAMIS® facebook Fanpage

UMSETZUNG und AUSZEICHNUNGEN

Ende Mai 2012 wurde die neue Loyalty-APP SERAMIS® Wunderland™ der **SERAMIS® facebook Fanpage** freigeschaltet. Innerhalb von 4 Monaten nach Freischaltung verdoppelte sich die Anzahl der Fans auf der Facebook Seite. Der Fan-Zulauf innerhalb dieser Zeit war ausnahmslos auf Weiterempfehlungen zurückzuführen, da keinerlei Werbe-Aktivitäten für den Zeitraum durchgeführt wurden.

Im Zuge des TNS Fanpage-Awards 2012 belegte die **SERAMIS® facebook Fanpage** Platz 9, im Jahr 2013 erreichte die Seite im Rahmen des gleichen Wettbewerbs den 4. Platz. Der TNS Fanpage Award basiert zu 100 Prozent auf den Meinungen der Fans, die vom Marktforschungs- und Beratungsunternehmen TNS Infratest mittels Befragung eingeholt wurden.

Aufgrund der großen Nachfrage wurde die Anwendung der **SERAMIS® facebook Fanpage** auch Nicht-Facebook-Usern unter seramis-wunderland.de im Mai 2013 als Website zur Verfügung gestellt.

SERAMIS® facebook Fanpage



*Wunderland*TM

KOSTENLOS
PRODUKTE
TESTEN &
BEWERTEN ▶



SPANNENDE
AKTIVITÄTEN ▶

JETZT MITMACHEN!

UNTERH
KUR
WISSENS
EINBLIC

SERAMIS® Wunderland™ APP

50 100 200
DEINE TRAUJE
LOHNT SICH
TOLLE PRÄMIEN SICHERN!
**360°
Engagement**

Facebook Pinnwand

ANSPRECHPARTNER FÜR FRAGEN:

Tim Teske
teske@theconsumerview.com
Tel. ++49 421 468 22 20
www.theconsumerview.com