

web



Excellence Forum

## Gemeinschaftsstudie Digital Brand Advocate Management

Markenbotschafter im Social Web identifizieren und aktivieren

Projektbeschreibung

# Was ist das Web Excellence Forum?

Eine unternehmensexklusive Initiative (e.V.) für standardisierte Leistungsbewertung von Kommunikation

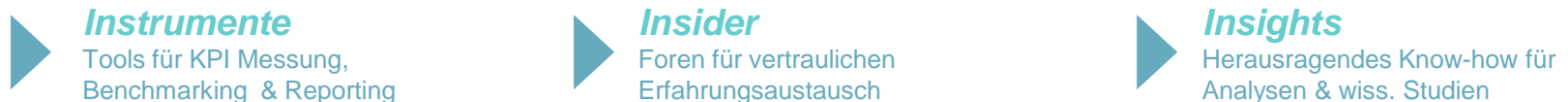
- Ein Verein mit eigenen Ressourcen. Seit 2004 von Unternehmen für Unternehmen.



- Ein Netzwerk von Kommunikatoren. 32 teilnehmende Unternehmen in 2013.



- Ein hochqualifiziertes Angebot. Datenbasierte Nachweise und Erkenntnisse.



## Brand Advocate-Pilotstudie erzielt sehr gute Resonanz

### PRREPORT

Fürsprecher auf Facebook sind oft die eigenen Mitarbeiter

absatzwirtschaft.de

absatzwirtschaft | biznet | marken-award | MEEDIA

Was zählt im Social-Media-Marketing: Dialog oder Reichweite?

ADZINE  
Magazin für Online-Marketing

WebXF liefert Daten zur Social Media-Ausrichtung von Marken

derStandard.at

Nur fünf Prozent der Facebook-Fans sind aktiv

DAS MAGAZIN FÜR MARKENFÜHRUNG  
markenartikel

Social Media: Stille Multiplikatoren stärker animieren

NETZ Schnipsel  
der social media blog

Studie Social Media : Der Brand Advocate ist des Unternehmens Liebling!

TWINKLE  
CONCREET OVER E-COMMERCE

'Slechts 5 procent Facebook-fans actief in half jaar'

lead DIGITAL

So werden Ihre Fans zu Marken-Multiplikatoren

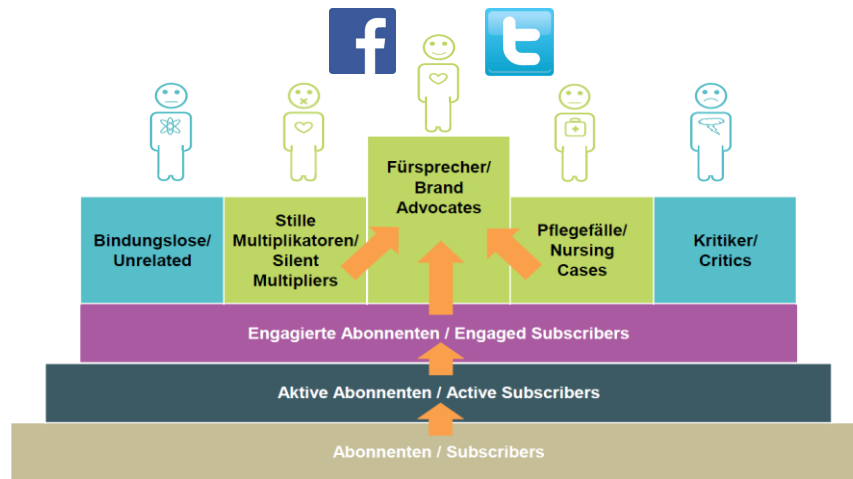
marketingdirecto.com

El 95% de los fans de las marcas en Facebook son "zombis"

## Warum Nutzergruppen auf Social Media-Kanälen untersuchen?

„Brand Advocate Management“ analysiert in einer 2. vergleichenden Studie die strategischen Potenziale der Zielgruppen in Ihrem Kommunikationskanal. Ergebnis sind Handlungsempfehlungen für Dialog- und Reichweiten-Strategien.

### Was wird untersucht?



Nutzergruppen und Stufen dialogorientierter Kommunikation in Facebook & Twitter

### Was ist das Ergebnis?

- Wie gut aktivieren und binden meine Social Media-Kanäle Fans/Follower?
  - Welche Nutzergruppen engagieren sich wie? (Brand Advocates, Stille Multiplikatoren, etc.)
  - Wer sind meine Brand Advocates und wie bekomme ich mehr davon?
  - Welche Advocate-Potenziale haben Mitbewerber?
- = detaillierter Berichtsband inkl. Management Summary mit Benchmarks und Empfehlungen

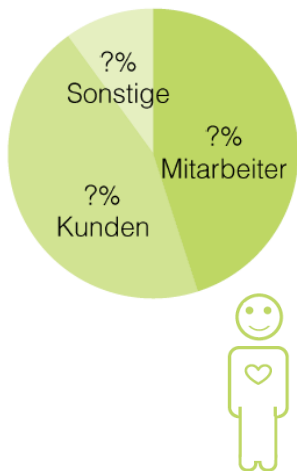
- User-bezogene Untersuchungsmethode: Verhaltensanalyse + Inhaltsanalyse + Onlinebefragung
- Mitwirkung: Unternehmen versenden lediglich 2 Posts / Tweets zwecks Einladung zur Befragung.

## Wer sind meine Brand Advocates und wie gewinne ich mehr?

Online-Befragung liefert fundierte Ansatzpunkte zur Aktivierung und Bindung weiterer Brand Advocates.

### Onlinebefragung

Herkunft der Advocates\*



bevorzugte Inhalte der Brand Advocates\*



\*Verteilungen beispielhaft; keine realen Daten

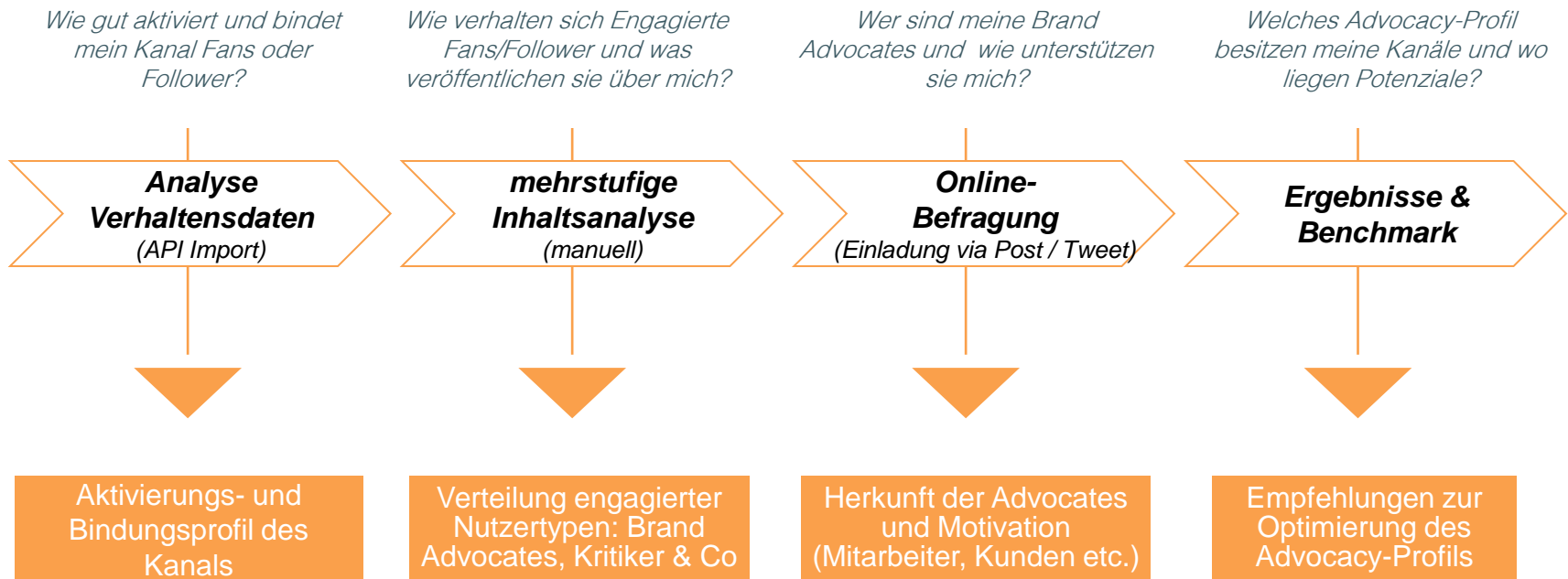
### Fundierte Handlungsoptionen

- **Struktur Brand Advocates & Stille Multiplikatoren:**  
Soll ich die Kommunikation auf Mitarbeiter oder Kunden fokussieren?
- **Mediennutzung von BA und SM:**  
Wo kann ich meine Engagierten noch erreichen?
- **Motivation und Interessen von BA und SM**  
Welche Inhalte und Anreize sollte ich schaffen um erfolgreiche Interaktionsangebote zu bieten?
- = **empirisch fundierte Empfehlungen:**  
Wie gewinne ich mehr Brand Advocates?

- Einzigartiger Methoden-Mix in wissenschaftlicher Qualität sichert umsetzbare Erkenntnisse

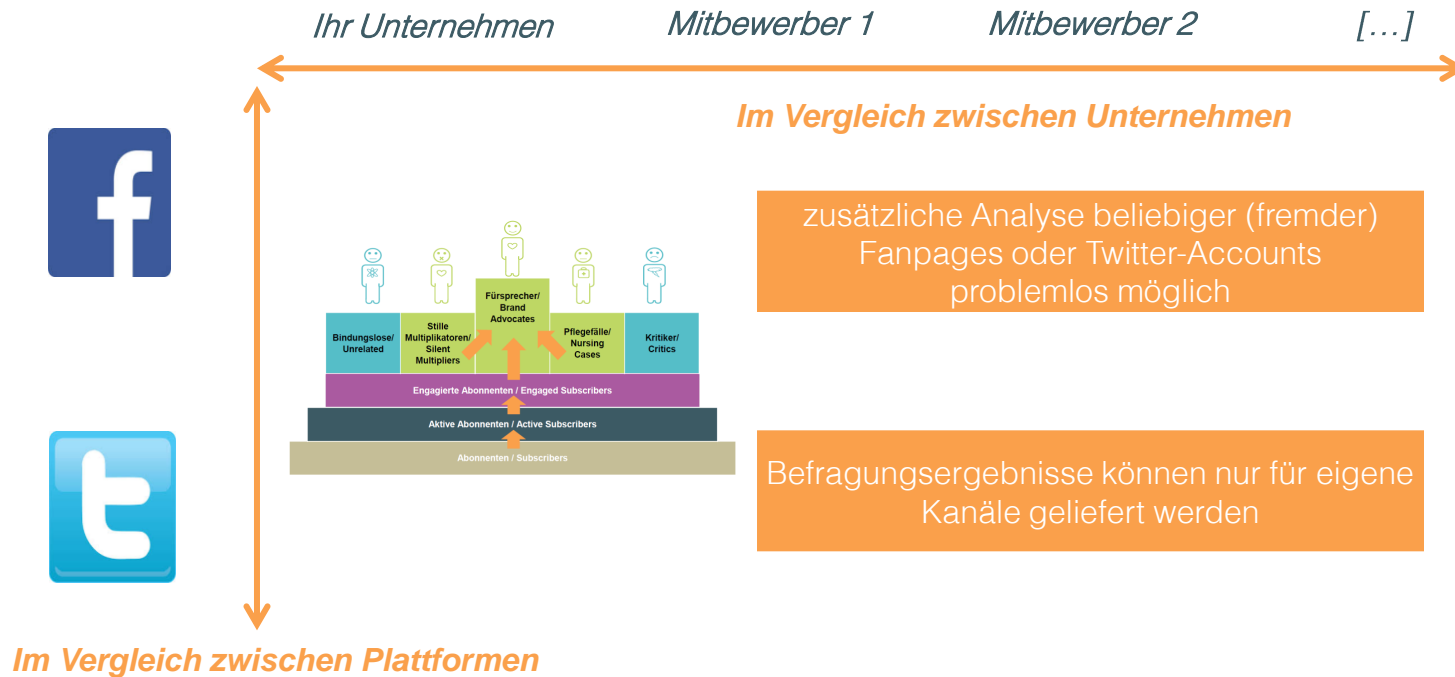
## Vorgehensweise und Timing der Brand Advocate-Studie

*Identifikation und Analyse von Brand Advocates mittels Methodenmix*



## Option: Vergleichen Sie sich mit direkten Mitbewerbern

*Wir untersuchen auf Wunsch auch fremde Fanpages und Twitter-Accounts.*



## Wir freuen uns auf Ihre Fragen!

### ■ Ihre Ansprechpartner

- Dr. Herbert Flath  
h.flath@webxf.org
- Dr. Christian Bachem  
c.bachem@webxf.org

### ■ Web Excellence Forum GmbH

- Uhlandstraße 179-180  
10623 Berlin  
www.webxf.org  
030 887 285 54