

LässigMüller
Public Relations

Twitter-Projekt fischertechnik

Twitter (www.twitter.com)



Was ist Twitter?

- Microbloggingdienst: maximal 140 Zeichen Länge für eine Nachricht
- Nachrichten (*Tweets*) werden in Echtzeit veröffentlicht
- Nutzer können die Aktivitäten von anderen Nutzern nachverfolgen, wenn sie sich als *Follower* eintragen lassen
- Je mehr Follower sich eintragen, desto größer ist der Bekanntheitsgrad und desto weiter verbreiten sich Nachrichten
- 1,8 Millionen Nutzer in Deutschland, rund 250.000 aktive Twitterer
- Bis Ende 2009 stark wachsend (im Dez. 2009 weltweit 6 Millionen Neuanmeldungen), aktuell stagnierend.
- Weltweit werden täglich 50 Millionen Tweets versendet.

Twitter

- Wie viele der Twitter-Accounts werden letztendlich wirklich genutzt?
- Eine aktuelle Studie von The Metric System hat dies untersucht.

Ergebnis:

- 50 Prozent der Nutzer, die 2009 hinzugekommen sind, haben gar keine oder weniger als fünf Follower.
 - 80 Prozent aller Microblogger haben weniger als zehn Tweets verschickt.
-
- **Aber:**
 - Twitter ist ein ausgezeichnetes Medium für den Empfang von Nachrichten, das einen RSS-Feed-Reader ersetzen kann.
 - Entwicklung von einem Massenphänomen zu einem qualitativen Kommunikationskanal.

Wie Twitter funktioniert:

Keine Plattform zum einseitigen Veröffentlichen von PR-Texten!

sondern:

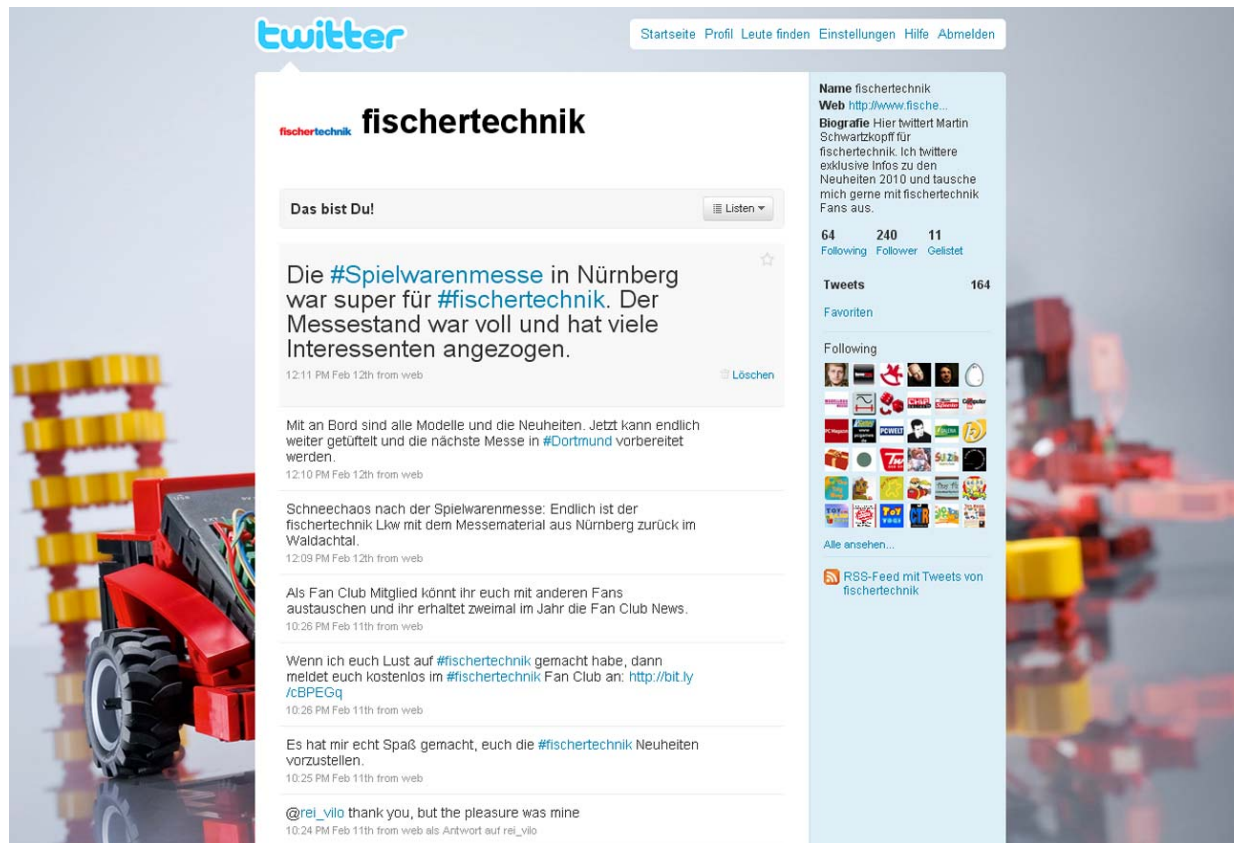
- Plattform für Austausch von Informationen und News
- *Twitterer* erwarten schnelle Antwort auf Fragen und Kommentare
- Auch persönlichere Nachrichten sind erlaubt und erwünscht
- Mix aus Persönlichem, Nützlichem und Markenpflege ist gefragt
- Regelmäßige Anwesenheit ist erforderlich, mehrere Tweets pro Woche werden erwartet

Konzeption fischertechnik Account

- Exklusive Kommunikation vor und während der Spielwarenmesse
 - Twitter-User erhalten als erste Informationen und Bilder zu den Neuheiten 2010 noch vor der Pressekommunikation zur Spielwarenmesse → erzeugt Mehrwert für User
 - Verdichtung der Informationen für Twitter
 - Dialog und Beantwortung von Fragen der Twitter-User
- Verknüpfung der Twitter-Kommunikation mit den Online-Aktivitäten von fischertechnik:
 - Verlinkungen auf der Website www.fischertechnik.com
- Glaubwürdiger Auftritt:
 - Account als Account eines externen PR-Redakteurs kenntlich machen, der für fischertechnik twittert → Kurzbiografie im Twitter-Account

Konzeption fischertechnik Account

- Erhöhung des Wiedererkennungswertes des fischertechnik Accounts durch individualisierten Hintergrund und das fischertechnik Logo als Avatar



Networking

- Um die Fachmedien in die Twitter-Kommunikation einzubeziehen: Versand einer Pressemeldung vor dem ersten Tweet an die 24 wichtigsten Fachredaktionen aus den Bereichen Handel, Computer und Elektronik sowie den Pressesprecher der Spielwarenmesse.
- Um die fischertechnik Fans direkt anzusprechen: Verlinkungen auf den Websites www.ftcommunity.de und www.fischertechnikclub.nl.
- Gewinnspiel für alle, die bis 31.01.2010 Follower geworden sind.
- Folgen von 64 ausgewählten Twitterern, um diese als Multiplikatoren zu nutzen.

Erfolg

- 241 Follower (Stand 15.02.2010)
 - Die meisten Follower kommen aus Deutschland, aber auch aus Frankreich, Niederlande, den USA oder Mexiko.
 - Hochwertige Follower: Chip Online, News aktuell, NTV, Reiner Calmund, Spielwarenmesse, Super RTL
 - Die Multiplikatoren wurden erreicht.
- Versand von 171 Tweets
- fischertechnik hat Innovationsführerschaft unterstrichen
 - fischertechnik hat als einziger Hersteller exklusiv zur Spielwarenmesse getwittert.
- Vier Veröffentlichungen in Online-Medien
 - darunter www.toy.de, das Online-Portal des Deutschen Verbands der Spielwaren Industrie e.V. (XXX Seitenzugriffe pro Monat)

Erfolg



sammelsurium und ich dachte, die gibt es nicht mehr: @fischertechnik sucht den Kundendialog über Twitter <http://bit.ly/8JkLjJ> (via @Hagen @roliri)

9:43 AM Jan 14th from SimplyTweet



realschnaggels @fischertechnik Klasse das ihr auch aktuelle Infokanäle nutzt, gute Idee von LMPR :)

9:37 PM Jan 29th from web



speedy6868 @fischertechnik @DirkHaizmann ...man kann die jeweiligen Baukästen genauer inspizieren und bekommt nicht alle Neuheiten auf einen "Schlag".

1:05 PM Jan 30th from web



speedy6868 @fischertechnik @DirkHaizmann ich finde es so besser, wie ihr es dieses Jahr macht mit der Bekanntgabe der Neuheiten. So ist es spannender,

1:03 PM Jan 30th from web



schoschie Mir folgt @fischertechnik ! Cool! Kindheitserinnerungen! *schwelg* — [warum bin ich eigentlich Designer geworden und nicht Maschinenbauer?]

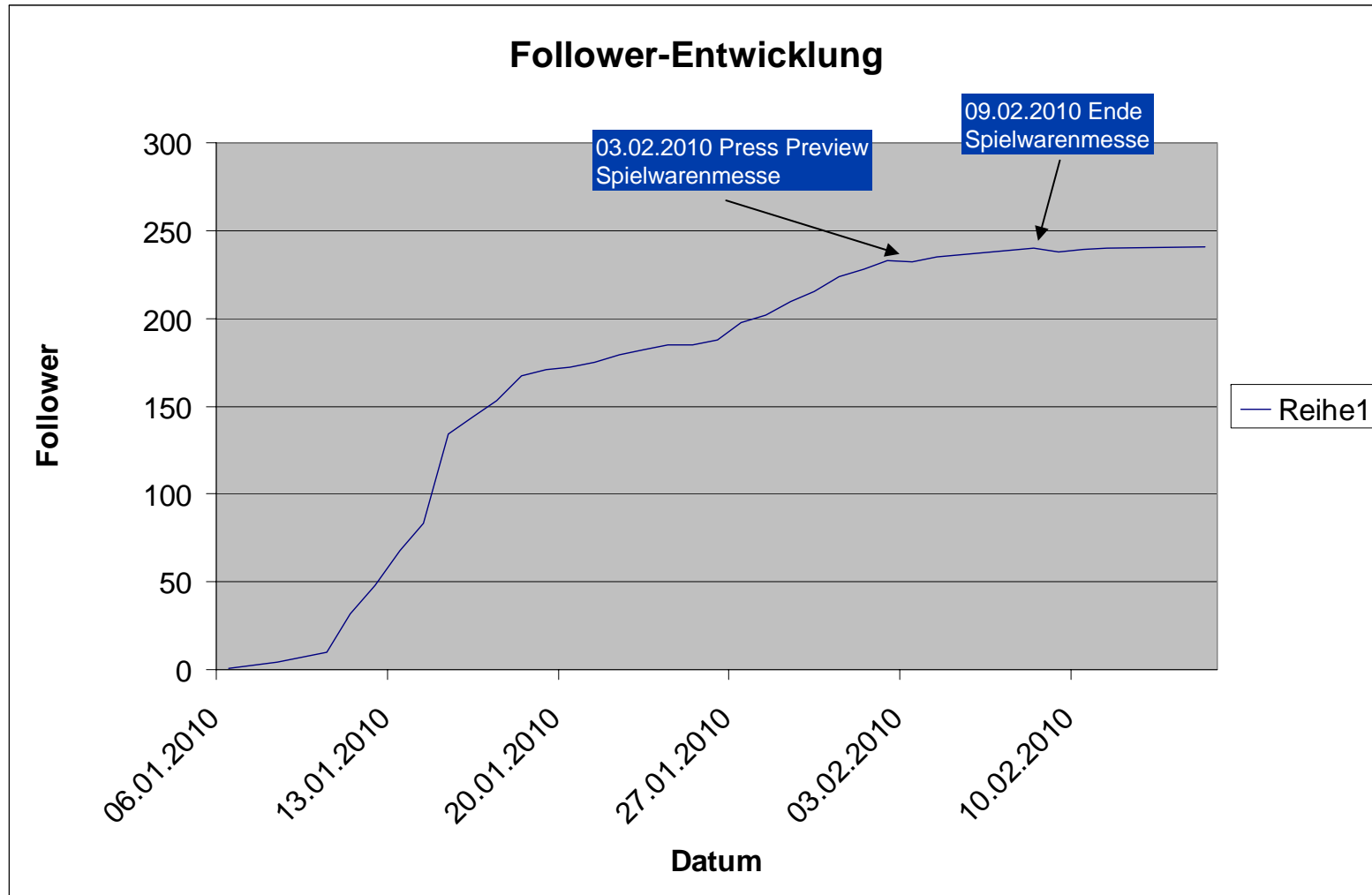
2:16 PM Feb 1st from Tweetie



rei_vilo @fischertechnik Thank you for the great job you did on covering the toy fair and the #fischertechnik new models. See you next year!

2:45 PM Feb 11th from TwitBird iPhone als Antwort auf fischertechnik

Erfolg



Erfolg



Packshot ADVANCED Super Fun Park,
Link getwittert am 19.01.2010
Zugriffe: 339



Packshot PROFI Technical Revolutions,
Link getwittert am 22.01.2010
Zugriffe: 364



Packshot ROBO LT Beginner Lab,
Link getwittert am 26.01.2010
Zugriffe: 378



Packshot ROBO TX Explorer,
Link getwittert am 28.01.2010
Zugriffe: 400

Nutzen User

- Mehrwert: Die User haben exklusiv Informationen und Bilder zu den Neuheiten erhalten → gesteigerte Spannung auf die Neuheiten.
- Dialog: Das Feedback der User wurde direkt aufgenommen. Die Zielgruppe fühlt sich ernst genommen.
 - Beispiel: Ideen für drittes Modell des Baukastens ADVANCED Super Fun Park.
- Twitter-Nutzer hatten einen direkten Ansprechpartner bei Fragen zu fischertechnik.
- Die User erleben fischertechnik als innovatives Unternehmen.

Vergleich



Offizieller Twitter-Account Lego

Tweets: 0, Following: 0, Follower: 534



Offizieller Twitter-Account Simba-Dickie Group

Tweets: 19, Following: 167, Follower: 63



Offizieller Twitter-Account Spielwarenmesse

Tweets: 338, Following: 13, Follower: 115

Aufwand

- Dauer Twitter-Projekt: 34 Tage
- Versendete Tweets (zweisprachig): 171
 - Zeit: 17 Stunden → 5,9 Minuten/Tweet
- Bild- und Informationslinks (zweisprachig): 15
 - Zeit: 5 Stunden, 30 Minuten → 22 Minuten/Link für Bild-Upload, html-Programmierung der Frames, sowie Texten und Übersetzen der Informationen

Nutzen für Fischertechnik

- Bekanntheit wird erhöht.
- Direkter Kundenkontakt, schnelles Feedback, schnelle Verbreitung von Informationen
- Endverbraucher wird auf einem neuen Kanal direkt erreicht.
- Neue Ideen und Produkte können vorgestellt werden und ein erstes Feedback eingeholt werden.
- Es entwickelt sich ein Netzwerk mit vielen neuen Kontakten und potenziellen Kunden.
- Twitter ist sehr **einfach** und **kostengünstig**: Kurze Anmeldung, kein großer Design-Aufwand für das Profil
- Kunden können auf eigene Webseite oder andere Online-Angebote weitergeleitet werden.

Copyright

Die Inhalte dieser Präsentation sind geistiges Eigentum von LässigMüller. Alle Rechte verbleiben bei der Agentur und dürfen nur mit deren Zustimmung weiter verwendet werden.

Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit und hoffen, dass wir auf Basis der hier vorgestellten Ideen eine fruchtbare Diskussion führen werden.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Kontakt

LässigMüller Public Relations GmbH

Volker Simon

Gerokstraße 8

70188 Stuttgart

Telefon +49 711 248922-169

Telefax +49 711 342185-32

E-Mail volker.simon@lmu.de

Internet www.lmu.de