

Web 2.0 als Marketing Instrument

Der Erfolg gibt uns recht!



Agenda

- Werdegang von sms.at
- Auslöser für die gezielte Einführung von Web 2.0 Elementen bei sms.at
- Was bedeutet Web 2.0 für sms.at?
- Web 2.0 Elemente in der größten Online Community Österreichs
- Welche Ziele verfolgen wir mit Web 2.0?
- Web 2.0 als Marketing Instrument am Beispiel Orange
- Von Web 2.0 Wirkungen, Gefahren und Chancen...

Intro



Was ist sms.at eigentlich?

**Österreichs größtes
Kommunikationsportal mit
2Mio registrierten Usern**

**Führender Anbieter von
Mobile Entertainment**

**Die Nr. 1 beim
SMS-Versand
aus dem Internet**



Was ist sms.at eigentlich?

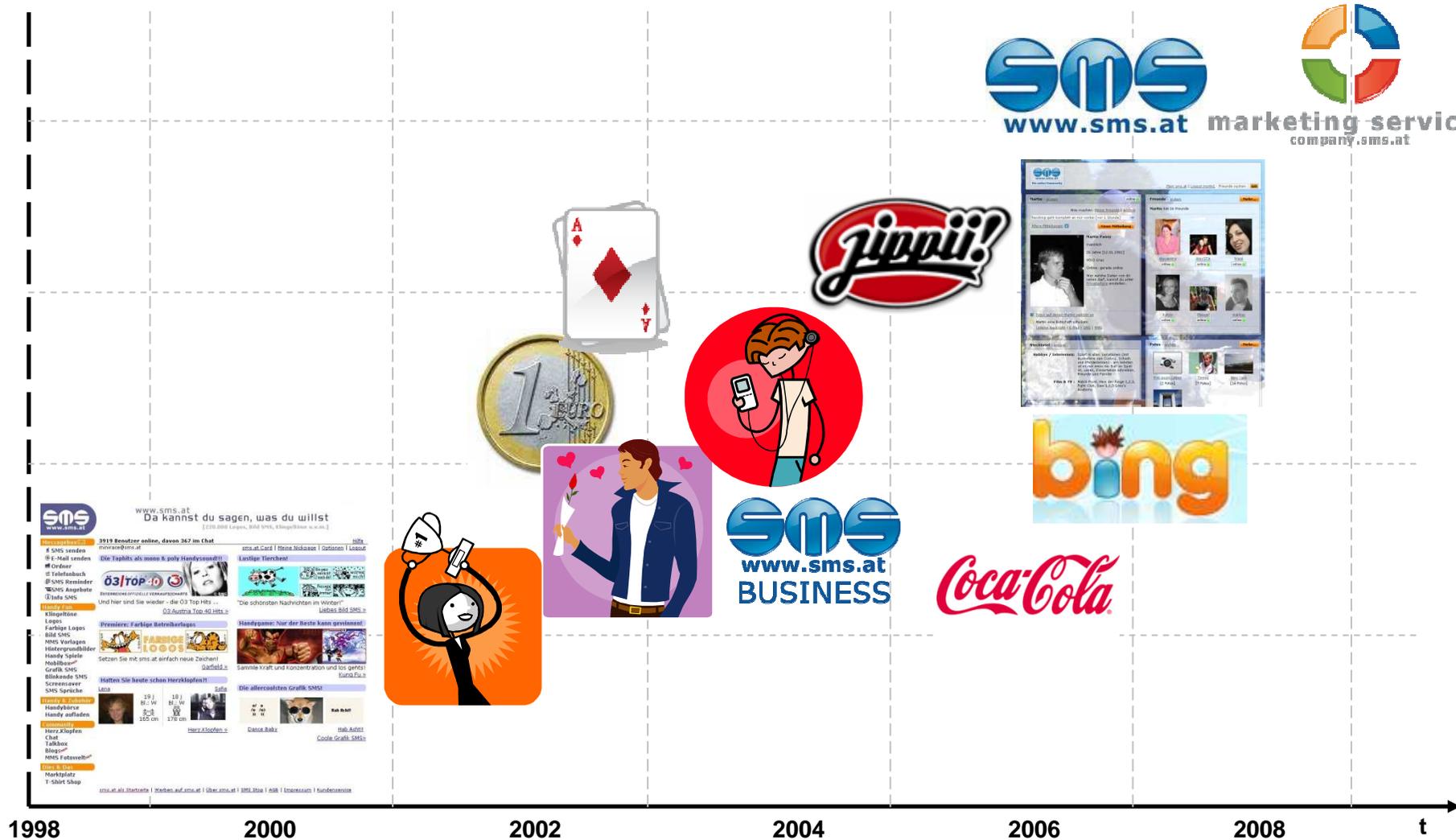
**Führender Anbieter von
Business SMS
Applikationen**

**Spezialist für
Mobile Marketing und
Mobile Advertising**

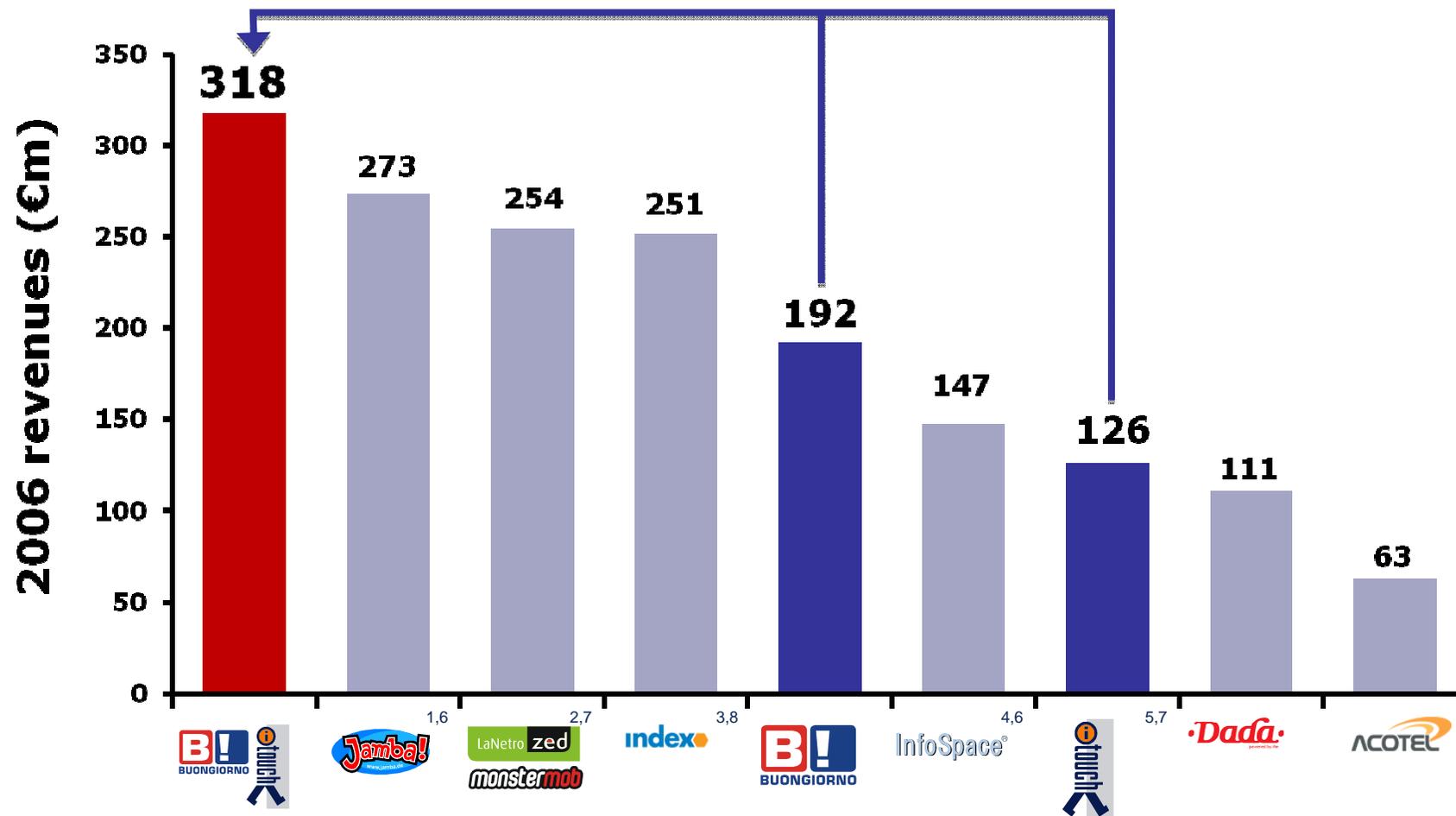
**Das erfolgreichste
Internetunternehmen
Österreichs**



Werdegang von sms.at



Unsere Eigentümer: Buongiorno





1,5 Milliarden sms
versandt seit **1999**

200.000 versendete
SMS/Tag

2 Millionen
registrierte User

Bis zu **7.000 User**
sind gleichzeitig online

Daten & Fakten sms.at



774.000 Unique User

4,54 Millionen Visits

106 Millionen Page Impressions

pro Monat, ÖWA Jänner 2009

Mehr als
1 Mio. verkaufte
Content Items
pro Jahr



**sms.at ist eine der
bekanntesten
Internetbrands
in Österreich**

Was bedeutet Web 2.0 für sms.at?

**„Web 1.0“ als unidirektionale
Betrachtung des Online/Mobile Contents
durch die User**

Was bedeutet Web 2.0 für sms.at?

„Web 2.0“ ist keine neue Technologie, sondern...

- ... aktive **Content Mitbestimmung**
- ... **Selbstdarstellung**
- ... **Social Networking**
- ... gestützt durch eine technisch **ausgereifere Infrastruktur**



Was bedeutet Web 2.0 für sms.at?

sms.at sieht **Web2.0** eindeutig als **Chance** für eine **positive** Unternehmensentwicklung

Ausgangssituation 2007

Mark(e)t(ing) ausser Kontrolle!?

Gefahren für sms.at auf die reagiert werden musste!

Ausgangssituation 2007

Markt für Mobile Entertainment & Web SMS
war (und ist weiterhin) **rückläufig**

Markteintrittsbarrieren in andere
Segmente (z.B. Fulltrack Music)

Erste **Erfolge** von heutigen
Konkurrenzunternehmen (myspace)

Ausgangssituation 2007

sms.at war seit jeher eine
der **größten** Österreichischen
Internet **Communities**

Auf sms.at war über den SMS-Versand
schon ein **großes Netzwerk vorhanden**

Selbstdarstellung

Personalisierte Seite
„Mein sms.at“
als Eintrittsportal in das SN

Personalisierte Profilseite
„MeineSeite“
(Management der Privatsphäre)

Personenbeschreibung mittels
Steckbrief (reale/virtuelle Welt)

Einbindung von Fotos (Tagging),
Videos, Musik, Weblinks...

Soziale **Kontakte & Kommunikation**

Personen suchen und als
Freunde einladen

Status Updates

Gruppenfunktion

Plauderfunktion

Gästebuch/Forum/Pinwand

Chat, Blog, Talkbox

Email, SMS, MMS

Erstellen von Events

Gemeinsames Erleben in
der „realen Welt“

Welche Ziele verfolgen wir mit Web 2.0?



Nachhaltige **Absicherung** der
Attraktivität der Community
(Kundenbindung)

Zusätzliches **Wachstum**
der **Unique User**
(Neukundengewinnung
und Aktivitätssteigerung)

-> **Steigerung** der
Mediadaten
von sms.at (Mediawert)

Welche Ziele verfolgen wir mit Web 2.0?

Up- & Cross-Selling
(SMS-Pakete, Downloads,
Premium Dienste)

Weiterer **Ausbau** der
Online Community als
Marketing Instrument

User Profile auf sms.at

User-Profile



The screenshot shows a user profile on the sms.at website. The profile is for Martin Schuster, a 31-year-old male born on 20.04.1977, living at 3001 Mauerbach. He is currently online. The profile includes a photo, a bio, and a list of 28 friends. The friends list shows names like Kathrin, Alexandra, AlexGTA, Christian, Christian, Christl, Christoph, elfriede, Franz, Gerald, Gerd, and Gernot, each with a small profile picture and an online/offline status indicator. The website header includes the sms.at logo and navigation links like 'Mein sms.at', 'Logout mateu77', and 'Freunde suchen'. The footer of the profile page includes 'Steckbrief' and 'Events' sections.

Orange Profil auf www.sms.at

Unternehmens- Profile

SMS
www.sms.at
Direct Community

iPhone 3G
ab €1,-

Registrieren | Login | Freunde suchen | 300

**Für alle unter 27
1.000 gratis SMS in die EU.
Jeden Monat. Ein Leben lang.**

Gewinnspiel

Hauptgewinn: Nokia 5310 Xpress Music
Sofortgewinn: Ringtones von Mando Diao
"Dance with somebody"

zum Start

Orange wie Botschaft verstehen
Meine Nachricht

Nokia 5310

- 111 Melodien
- UKW-Radio und
- MP3-Player
- 2.0 Megapixel Kamera
- mit Lautsprecherboxen und Kopfhörer

Hallo Europa 0 Young

0-Dienst Österreich und in die gesamte EU
1.000 SMS gratis pro Monat in die gesamte EU
Nur 25 Euro Grundgebühr

Und in den ersten 6 Monaten:
30 MB gratis Internet am Handy
Gratis E-Mail am Handy

"Meine Seite" ist auch erreichbar unter: <http://www.sms.at/orange/>

Finde alles über
deinen User auf **people**

sms.at Haftungsausschluss: Die in diesem Bereich angeführten Inhalte stellen zur Gänze oder zum Teil fremd erstellte Inhalte unserer User dar. sms.at hat auf diesen Content keinen Einfluss und übernimmt keine Haftung hierfür. Wenn dich fremder Content in deinen rechtlichen Interessen verletzt, ersuchen wir um Mitteilung an: kundenservice@sms.at

Hohe **Nachfrage** nach neuartigen
Online Marketing Möglichkeiten

z.B. in Form von sms.at
Community Profilen
& Events



Communitydaten

pro Monat, ÖWA Februar 2009

Unique User Community	407.000
PI´s seit Launch 2007	+213%

Unerwünschter User Generated **Content** (Abhilfe „User Polizei“)

User steuern zu einem guten Teil
das **Image** von sms.at!



Hoher **Entwicklungsaufwand** –
wir kämpfen „an mehreren Fronten“

Hohe **Datenbanklast**



Hohe Konkurrenz im **Social Network** Bereich



facebook



NETLAG™



Web 2.0 Gefahren für User und Unternehmen

Gefahren für (sms.at) User durch Web 2.0

„Ist das was ich über andere erfahre echt?“
„Was kann ich über mich Preis geben?“



Gefahren für Unternehmen, die (auf sms.at) in der Community werben

Negative Kommentare von Usern durch persönliche Erfahrungen



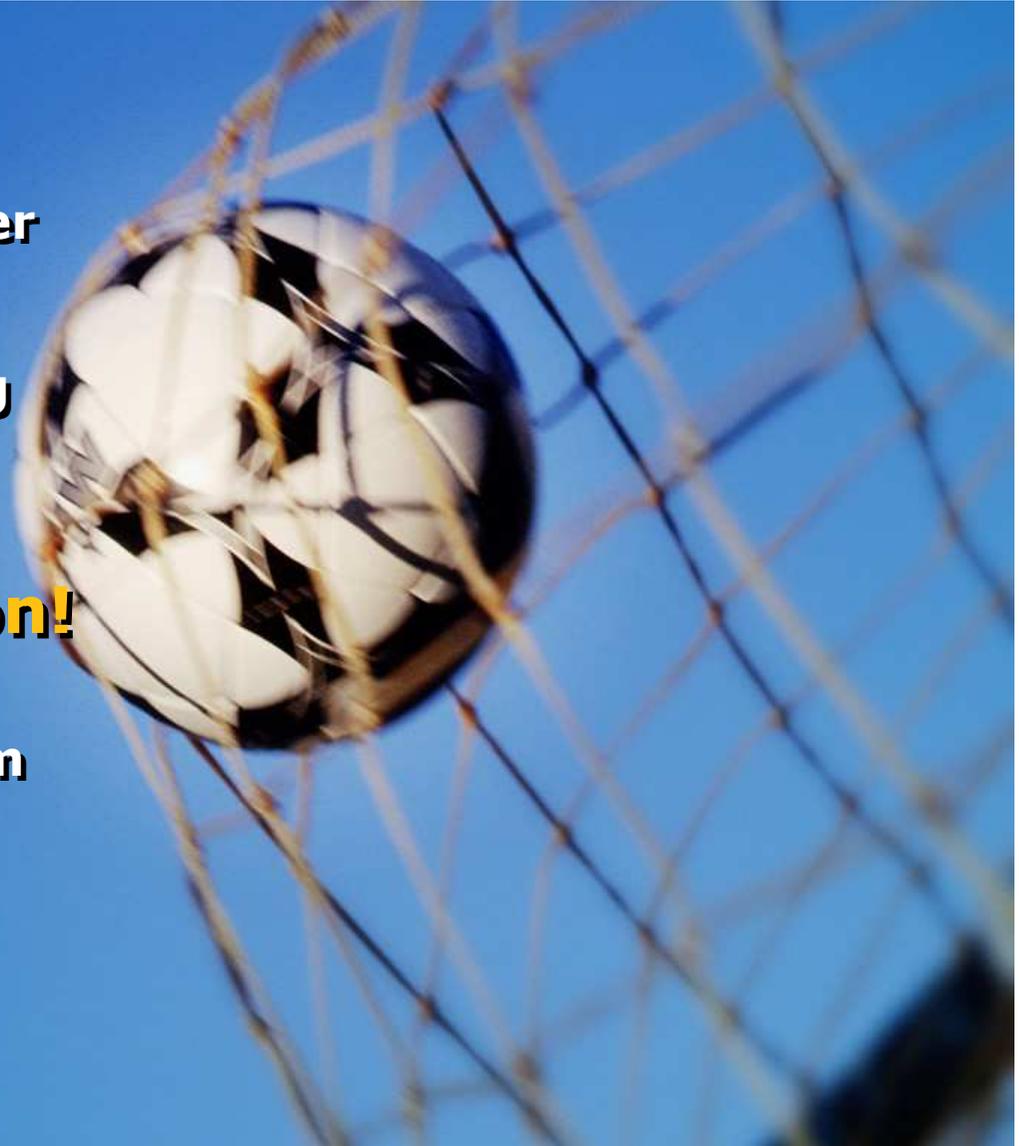
Marketing in der Community wird vom User **besser angenommen** als klassische Onlinewerbung

Win-Win-Win-Situation!

Win sms.at: Media Sales

Win Unternehmen: neue Form von Online Marketing

Win User: gezielt relevante Informationen, Gewinnspiele, Events, Tickets, etc.



Chancen durch Web 2.0 Elemente oder „Win-Win-Win“

sms.at **USP** gegenüber anderen
Social Networks: **Handynummern,**
Adressen, Interessen,
Alter, etc.!

Grundlage für **gezielte**
(Mobile) Marketing Aktivitäten

Online/Mobile Konvergenz
Mobile Community
Mobile Advertising

Chancen durch Web 2.0 Elemente oder „Win-Win-Win“

Verknüpfung mit anderen
sms.at **Geschäftsfeldern**

**SMS, MMS,
Mobile Entertainment**





...prägt die digitale Kommunikation in Österreich!

Martin Schuster | Head of Marketing sms.at

martin.schuster@sms.co.at

company.sms.at

+43 676 66 88 681