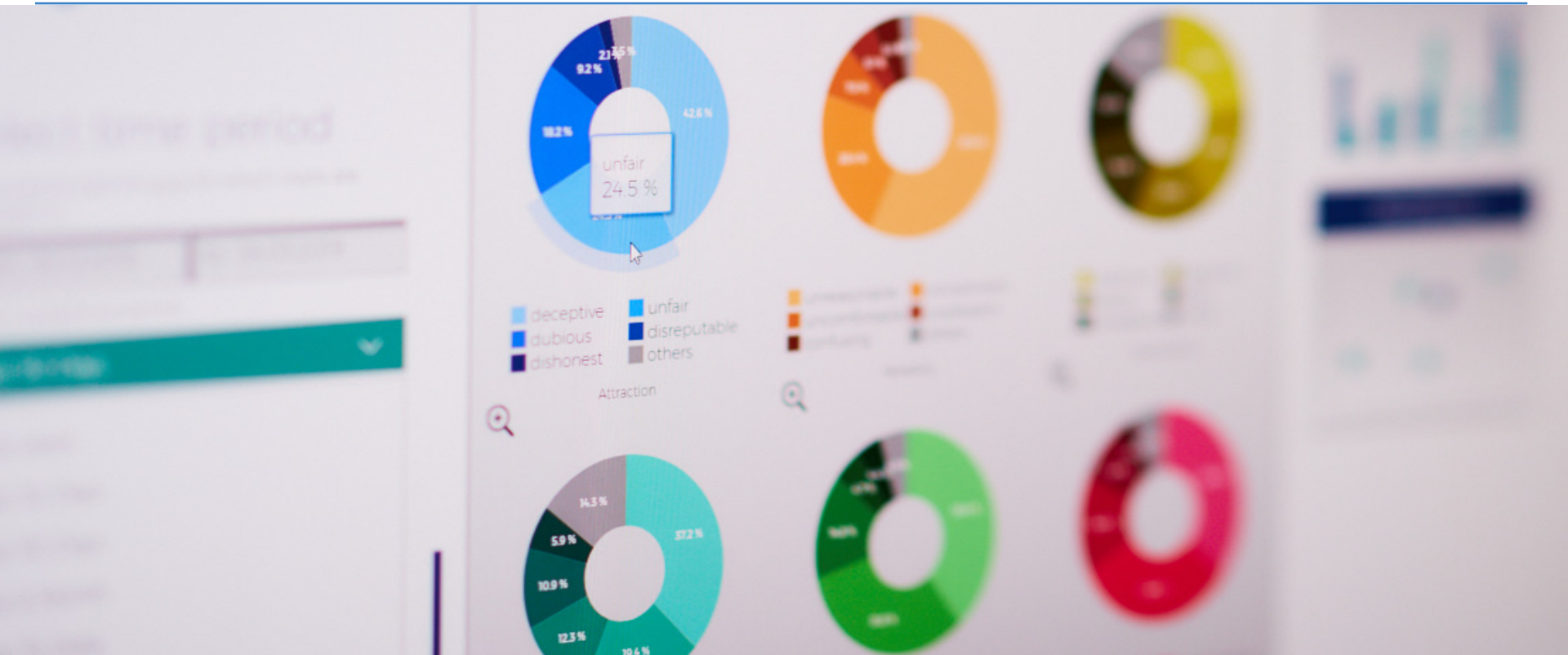




Messen was für Marken zählt: Muss man eine Marke täglich messen?



Wer wir sind und was wir tun.

Wir sind ein Team von Medien- und Markenspezialisten und entwickeln maßgeschneiderte Lösungen für ein verlässliches Monitoring der Kommunikation über Unternehmen und Marken.

Muss man eine Marke täglich messen?

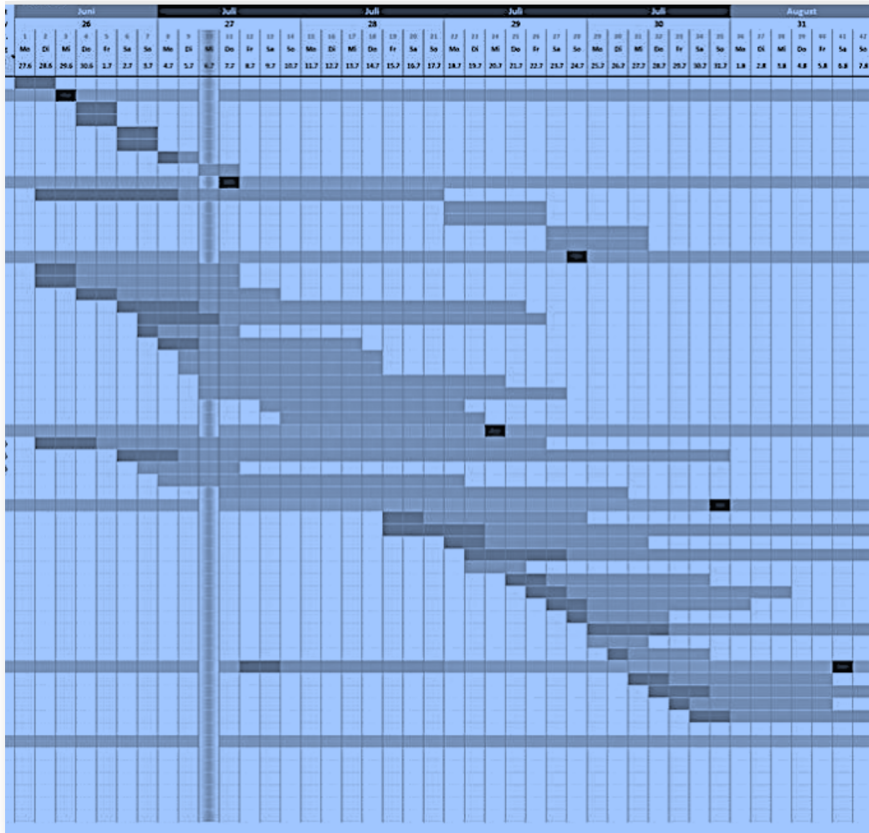
Ja!

Warum?

Weil sich die Spielregeln der Kommunikation geändert haben:

1. Die sequenzielle, einseitig gerichtete Kommunikation ist einem fortlaufenden Dialog gewichen.

from



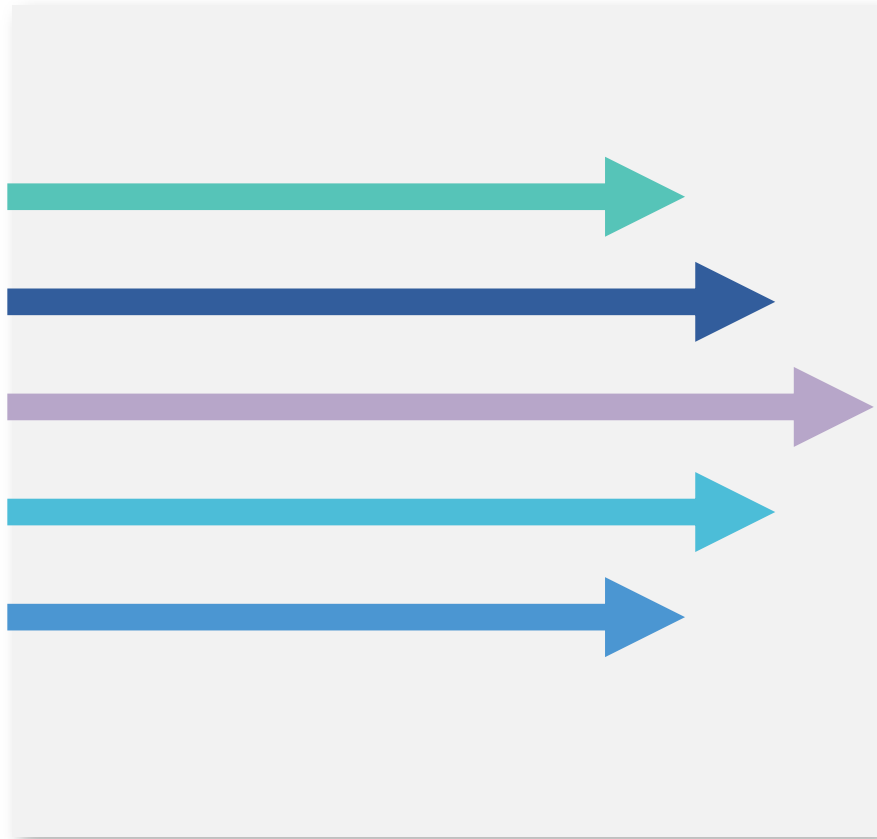
to



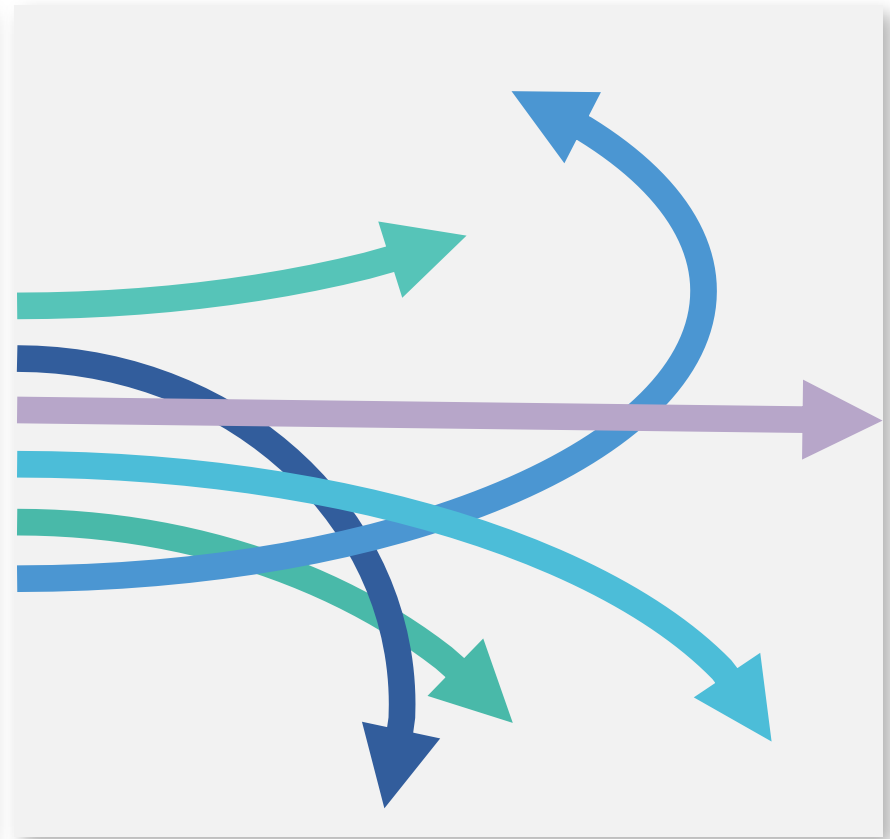
Weil sich die Spielregeln der Kommunikation geändert haben:

2. Der Verlust an Zentralisierung und die Informationsüberflutung gefährden die Verpflichtung zu gemeinsamen Zielen.

from



to



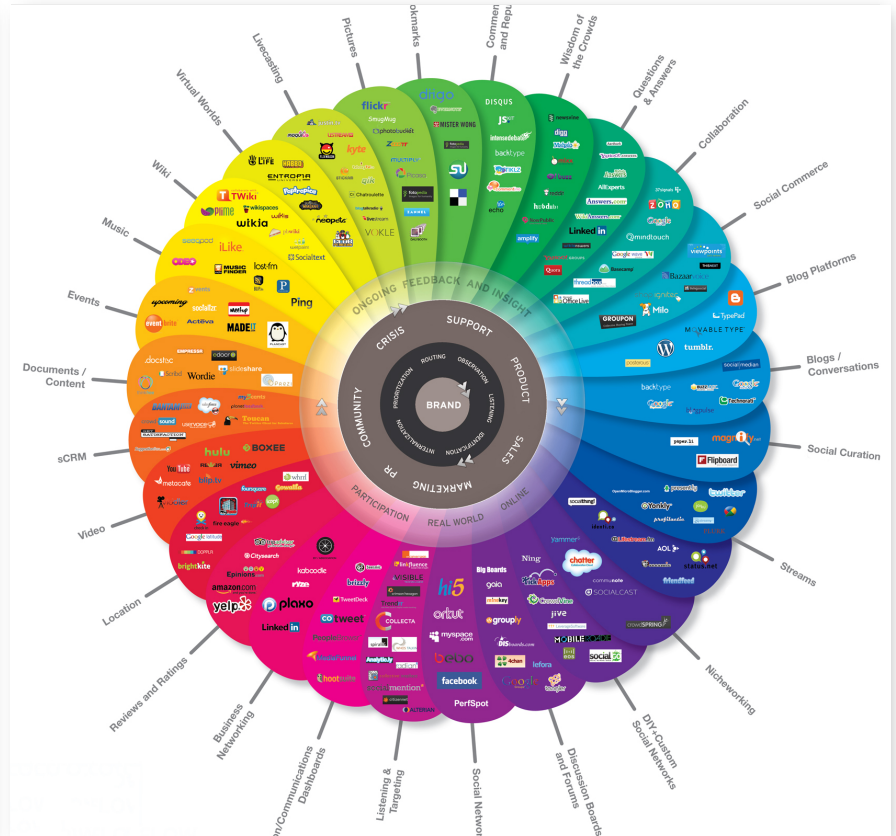
Weil sich die Spielregeln der Kommunikation geändert haben:

3. Die Digitalisierung und Individualisierung der Kommunikation bietet neue Möglichkeiten der Analyse.

from



to



Die Paradigmen der Markenführung haben weiterhin Bestand:

Relevanz, Konsistenz, Konsequenz, Nachhaltigkeit und Langfristigkeit bleiben die Leitplanken des Marken- und Reputationsmanagements.

Was bedeutet diese Entwicklung für die Messung?

„You can't manage what you can't measure.“

Peter Drucker

Go Live & Monitor

„What is measured is what gets done.“

Rheticus im 16. Jahrhundert

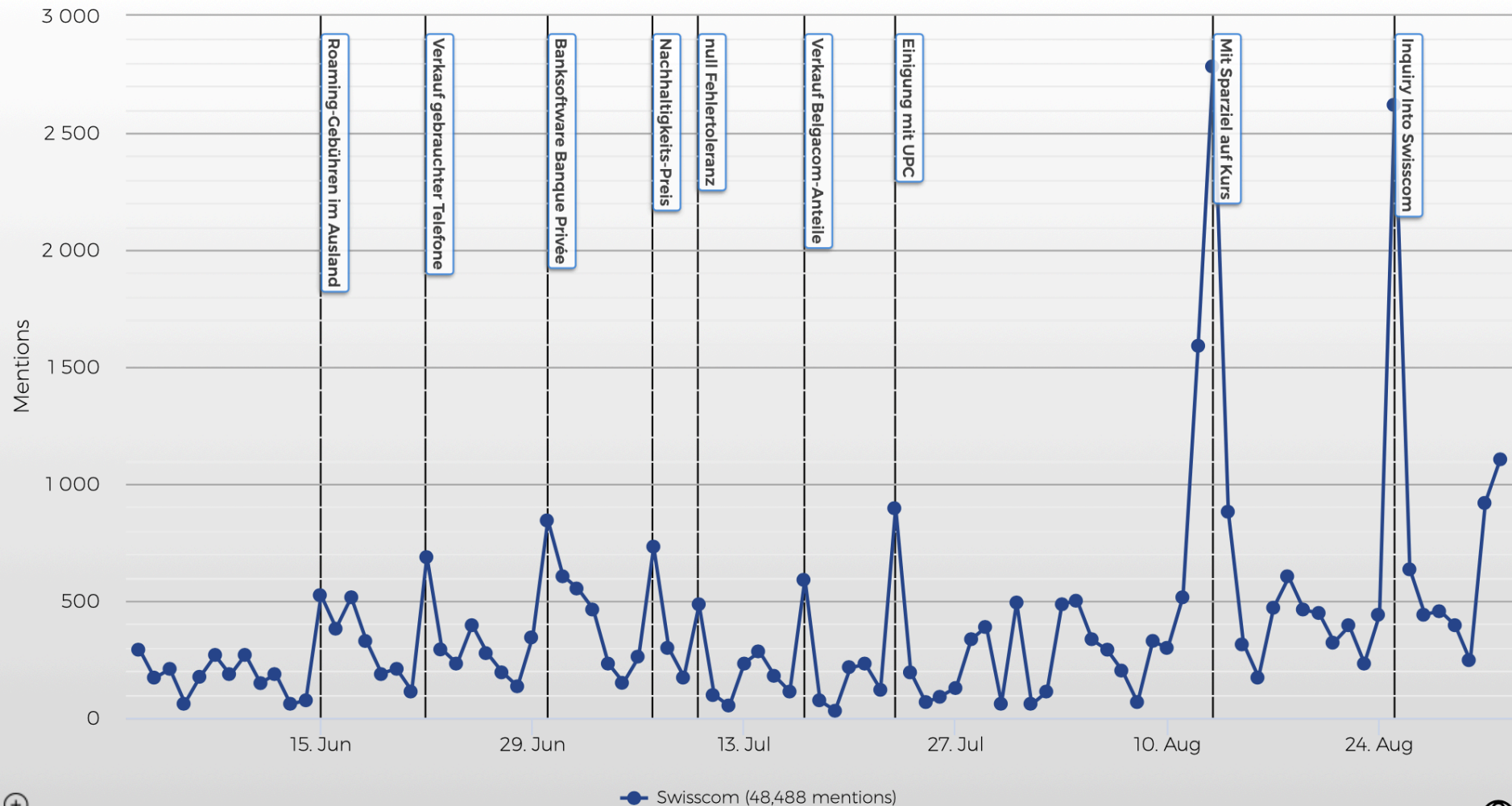
Set Targets & Control

Go Live & Monitor

Wir operieren immer am offenen Herzen, an der lebenden Marke und müssen messen/erfahren können, welche Wirkung unsere Kommunikation hat – dies möglichst zeitnah.

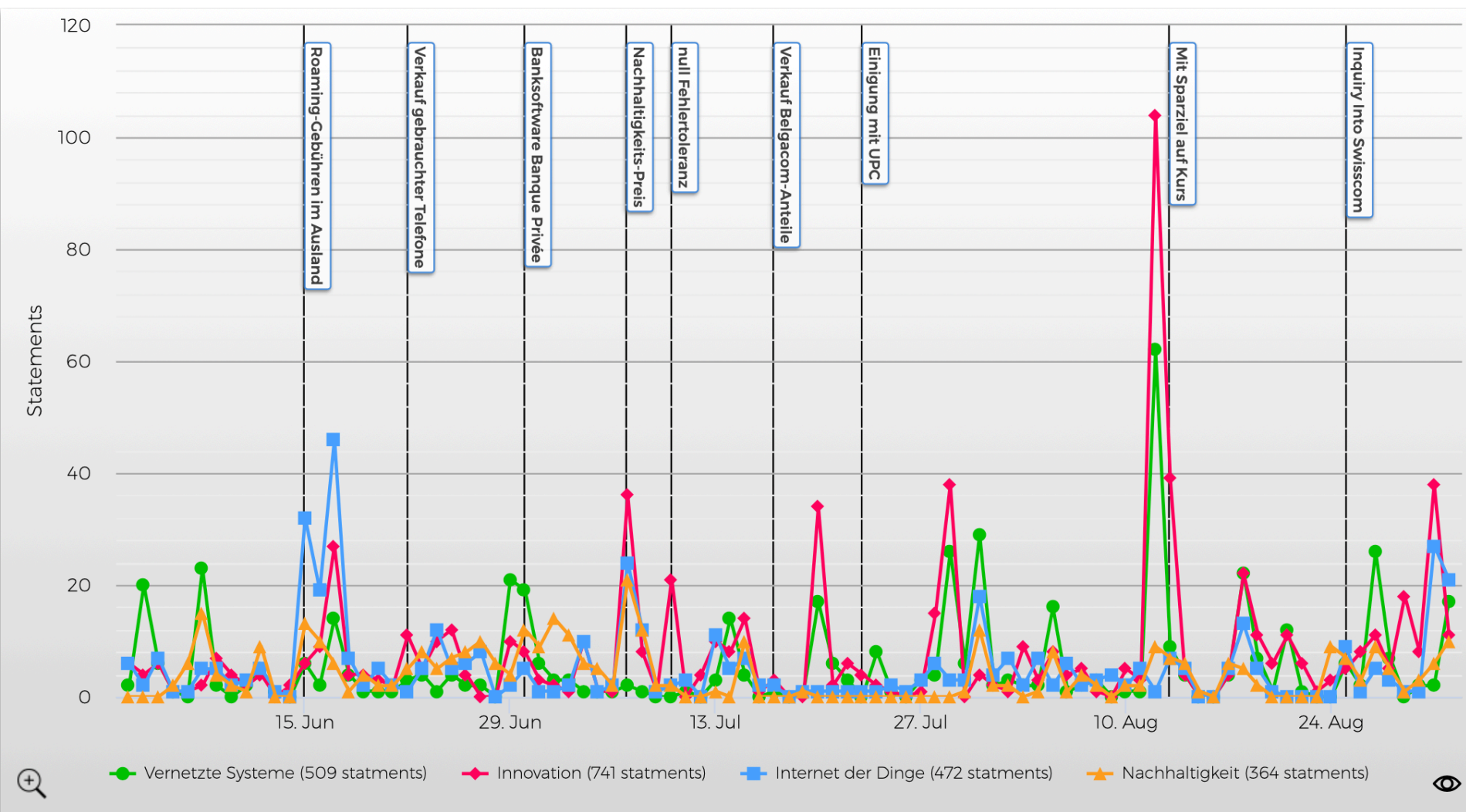
Go Live & Monitor

Ohne zeitgerechte Information werden Investitionen in die Kommunikation zum Glücksspiel.



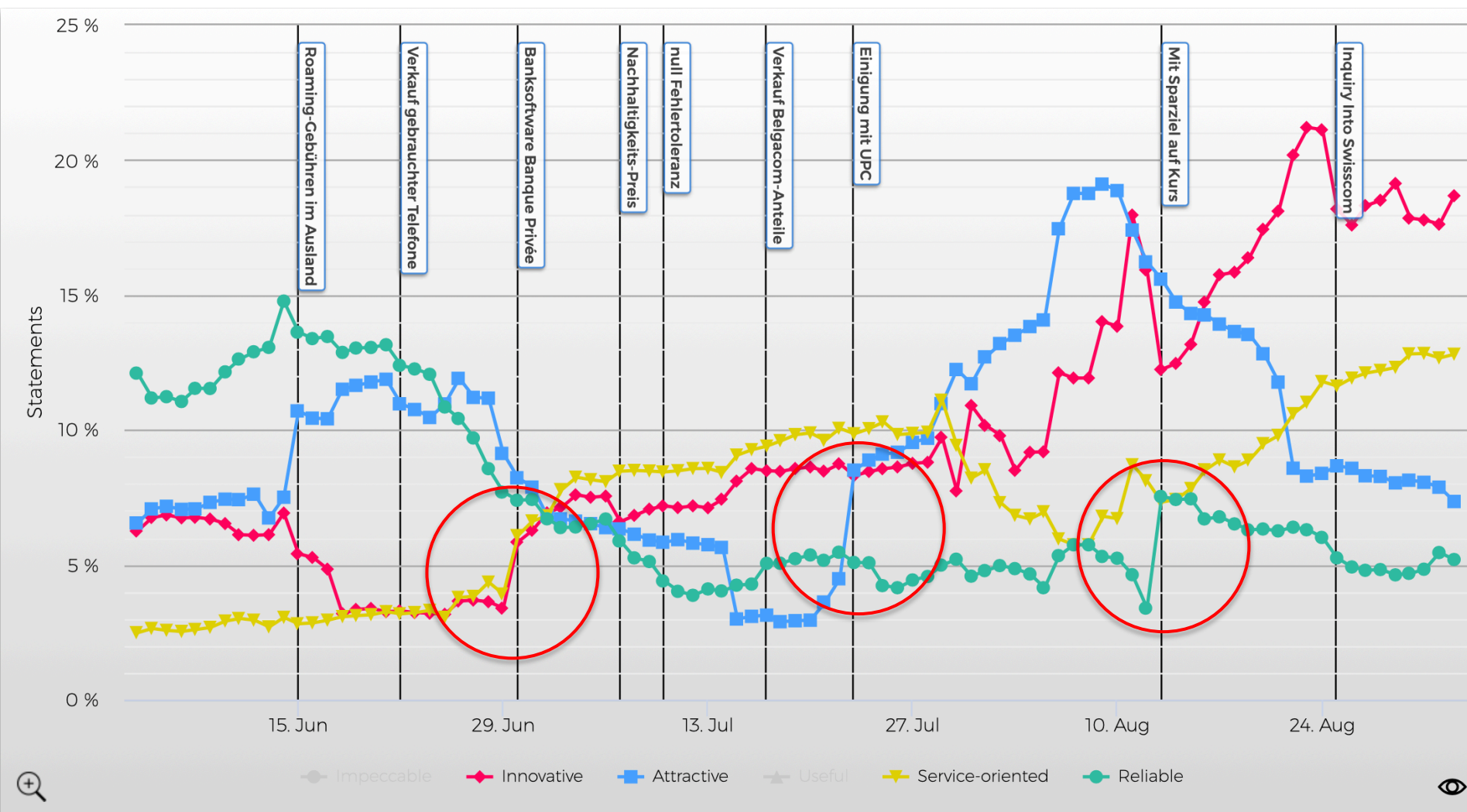
Go Live & Monitor

Einfluss der Events/Kampagnen auf die Kernthemen.



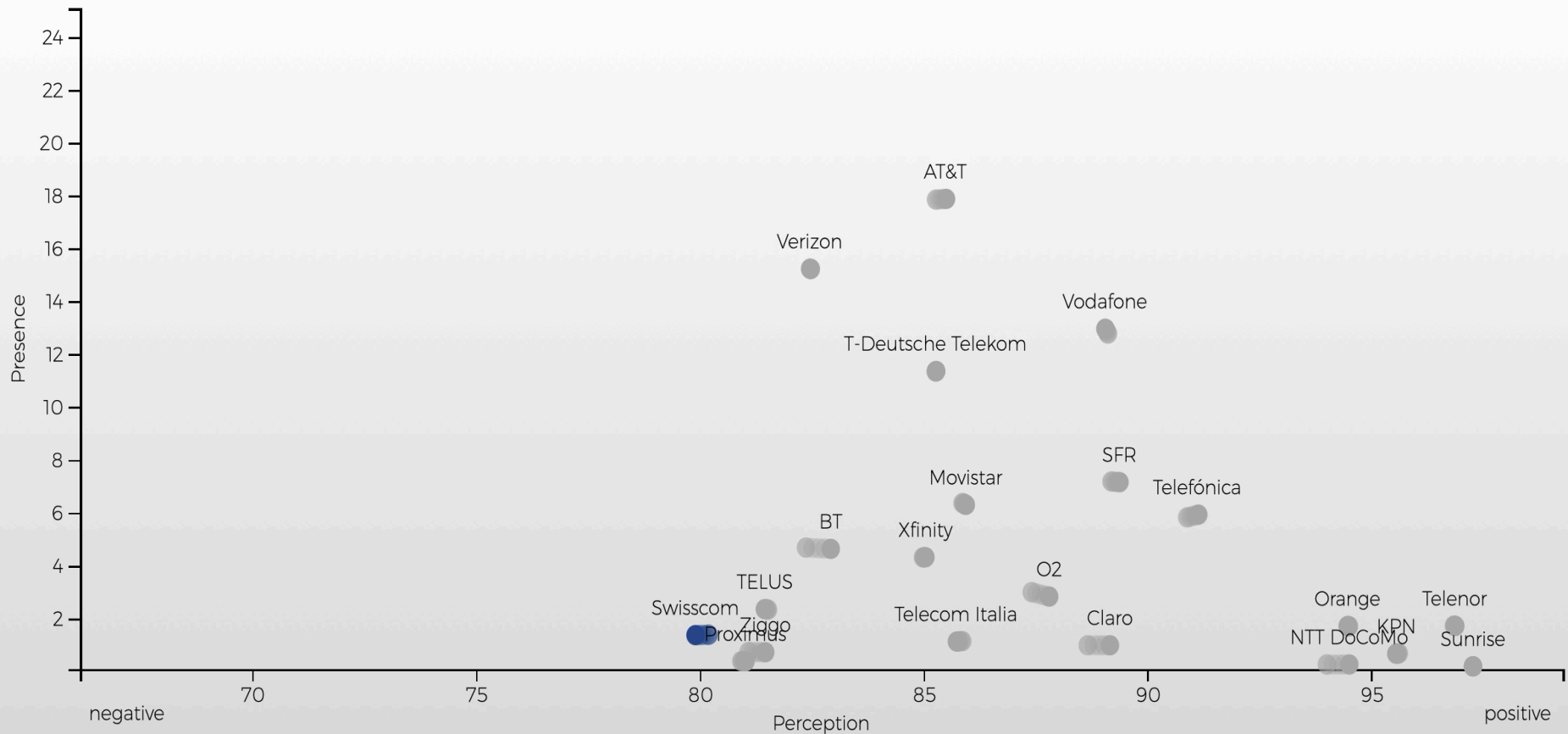
Go Live & Monitor

Einfluss der Events/Kampagnen auf die Wahrnehmung.



Go Live & Monitor

Reputation ist ein bewegtes Bild.



Go Live & Monitor

Facebook: Die Weiterempfehlungsrate im Trend (NPS).



Ist die täglich Datenbasis vorhanden ...

- ... werden „Katastrophen“ aber auch „Erfolge“ oft relativiert.
- ... können die Risiken (kreativer) Kampagnen reduziert werden.
- ... wird die Wettbewerbsanalyse erst möglich.

Set Targets & Control

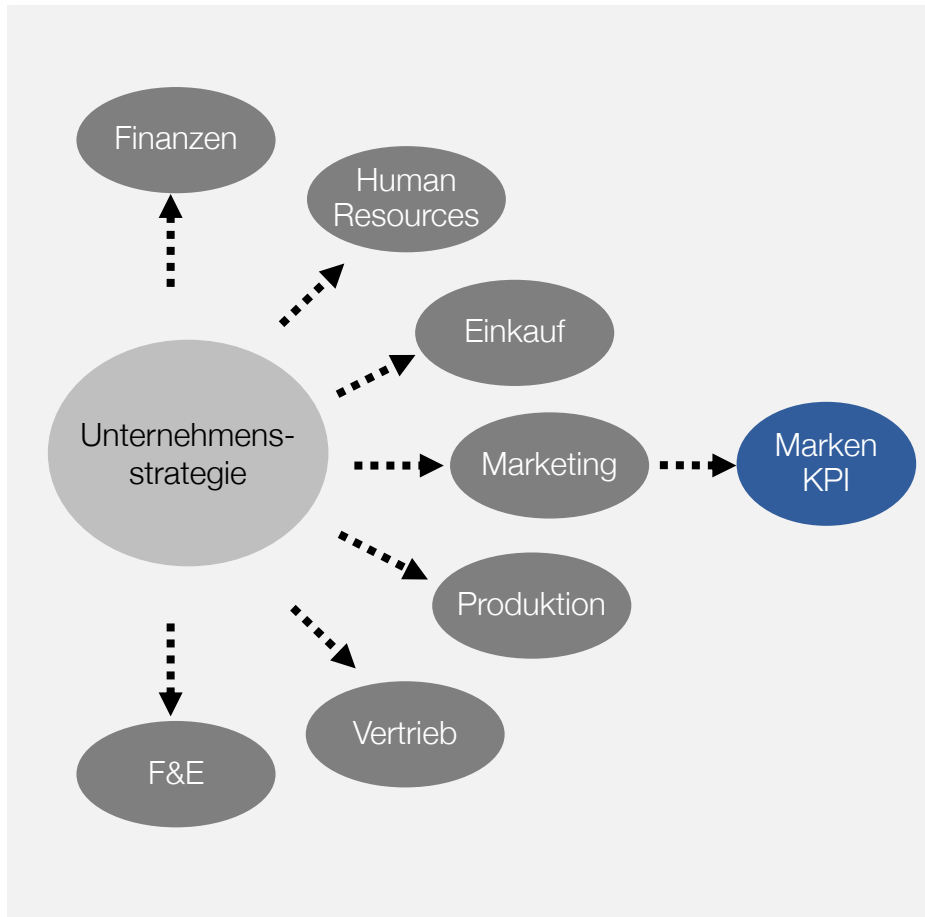
Key-Performance-Indicators (KPI) sind die Leistungskennzahlen, anhand derer der Fortschritt oder der Erfüllungsgrad hinsichtlich wichtiger Zielsetzungen oder kritischer Erfolgsfaktoren gemessen werden kann.

Um das (Marken-)Profil zu schärfen, ist es wichtiger denn je, KPIs zu definieren. Diese KPIs geben einen verbindlichen Rahmen für alle Akteure, die einen Einfluss auf die Marke haben, vor.

Set Targets & Control

Von einem isolierten Element innerhalb der Marketingabteilung ...

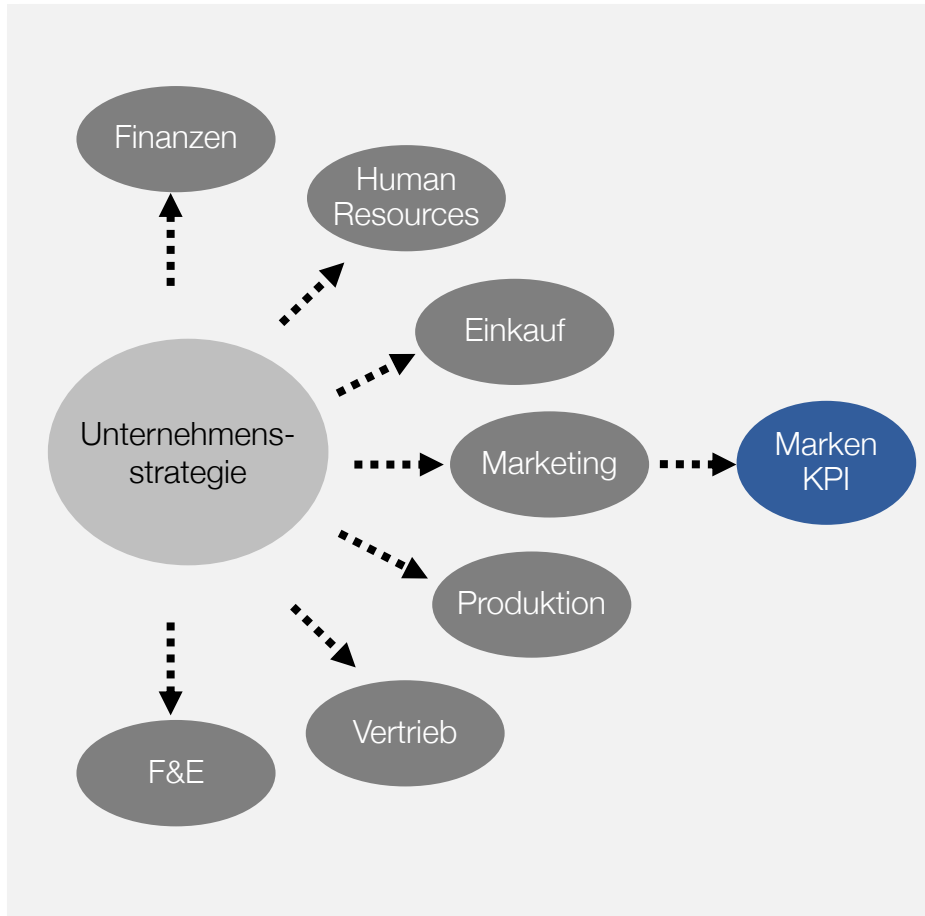
say



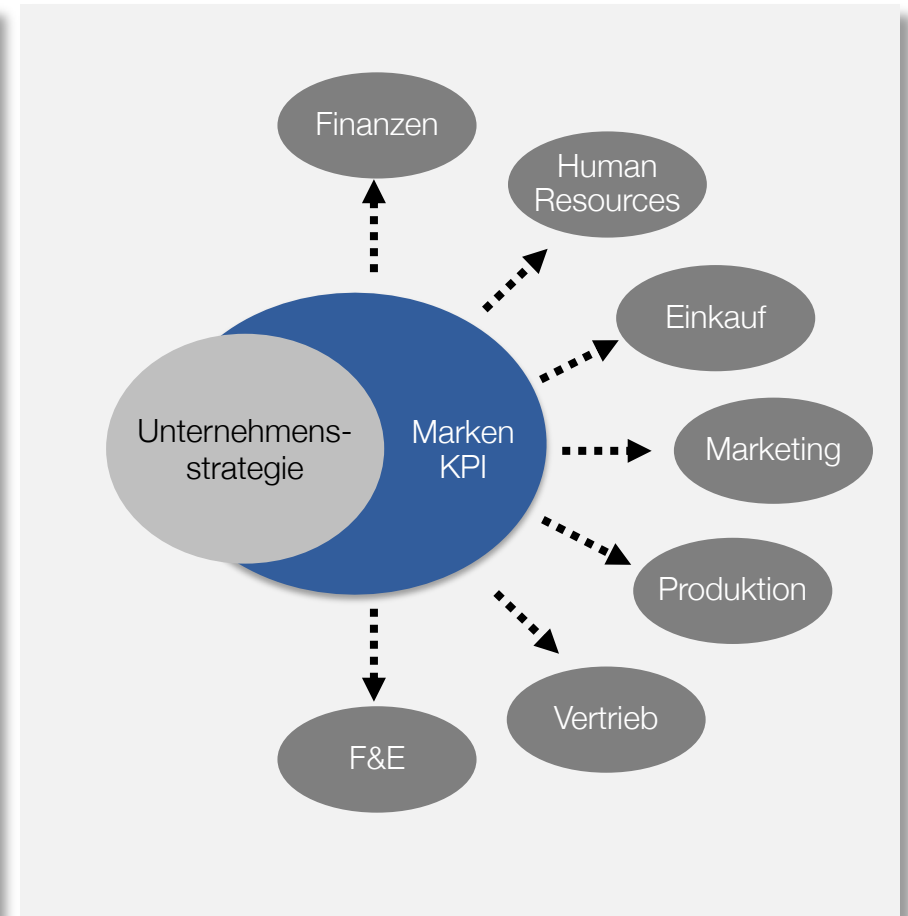
Set Targets & Control

... zu einem zentralen Grundsatz, welcher Produkte, Kultur, Kommunikation und Erfahrung vorantreibt.

say



do



Set Targets & Control

Das Eigenbild der Marke Swisscom:



Our values

We focus on three values that define who we are and the approach we take to our work.

Trustworthy

We are close to our customers and staff and act in a responsible and reliable manner.

Committed

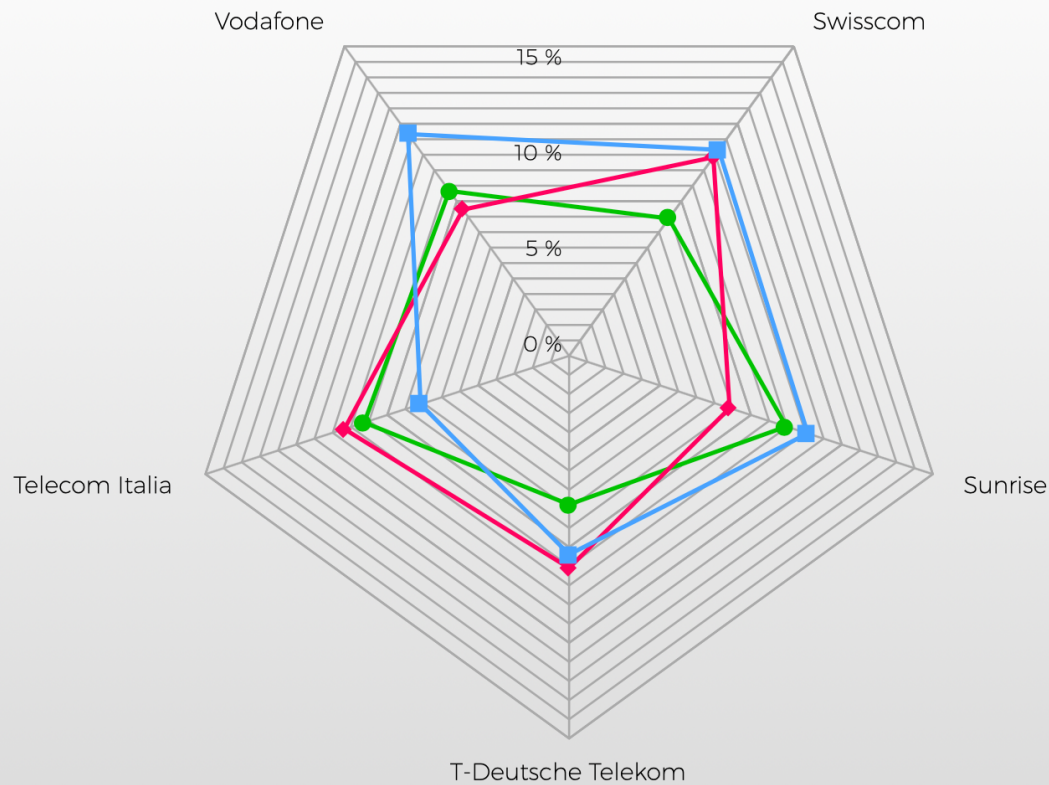
We pursue our goals with passion and we focus on what's important.

Curious

We are continually developing and always grasp new opportunities.

Set Targets & Control

Das Fremdbild der Marke Swisscom:



Committed
Trustworthy
Curious

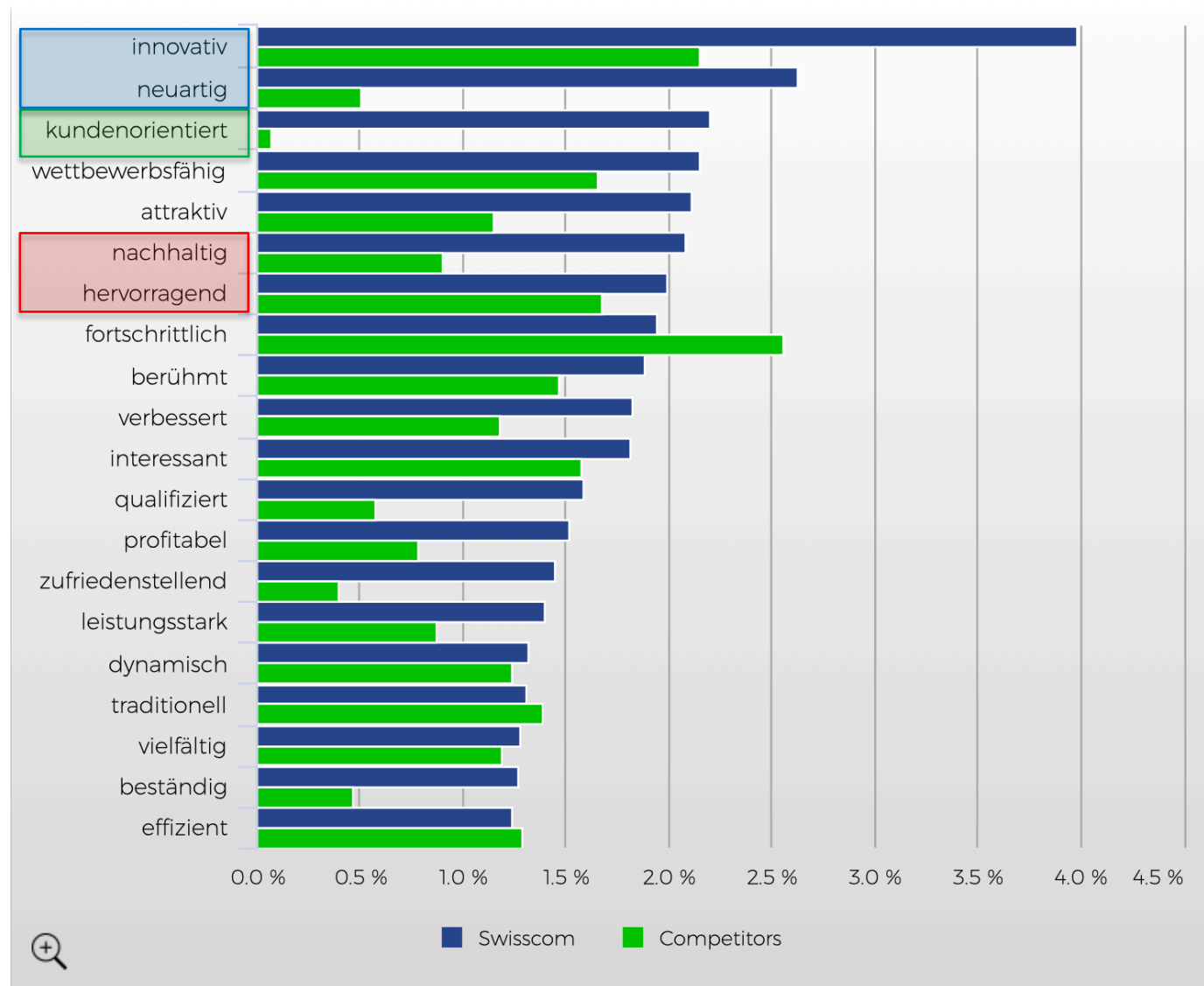
Set Targets & Control

Offene Analyse der Marke Swisscom:

Curious

Committed

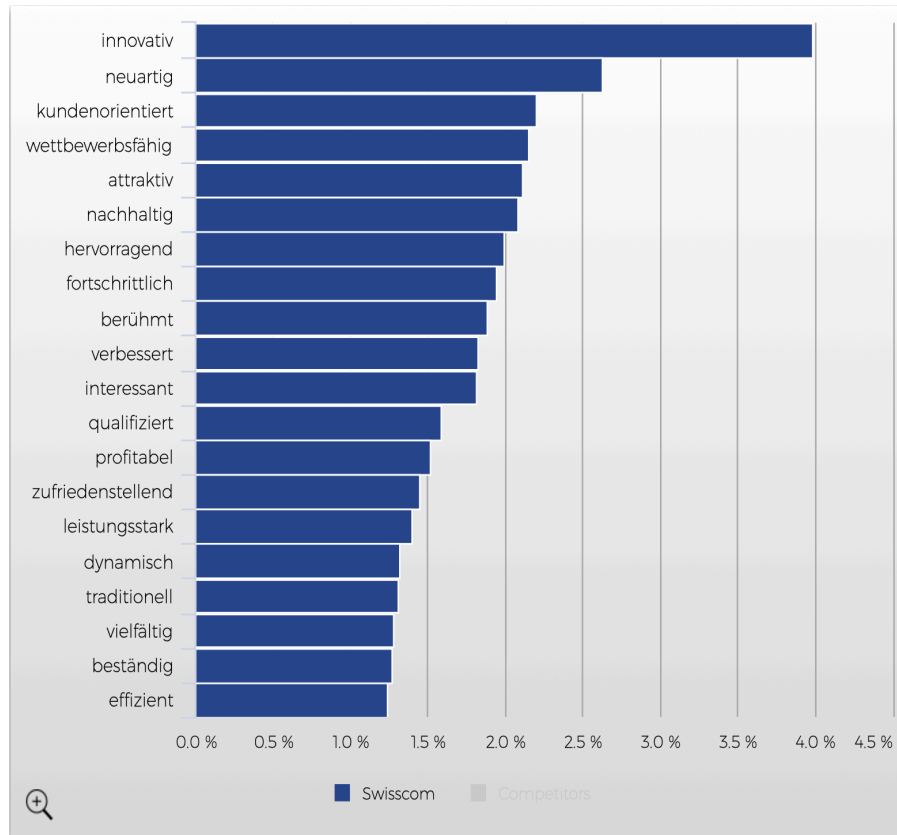
Trustworthy



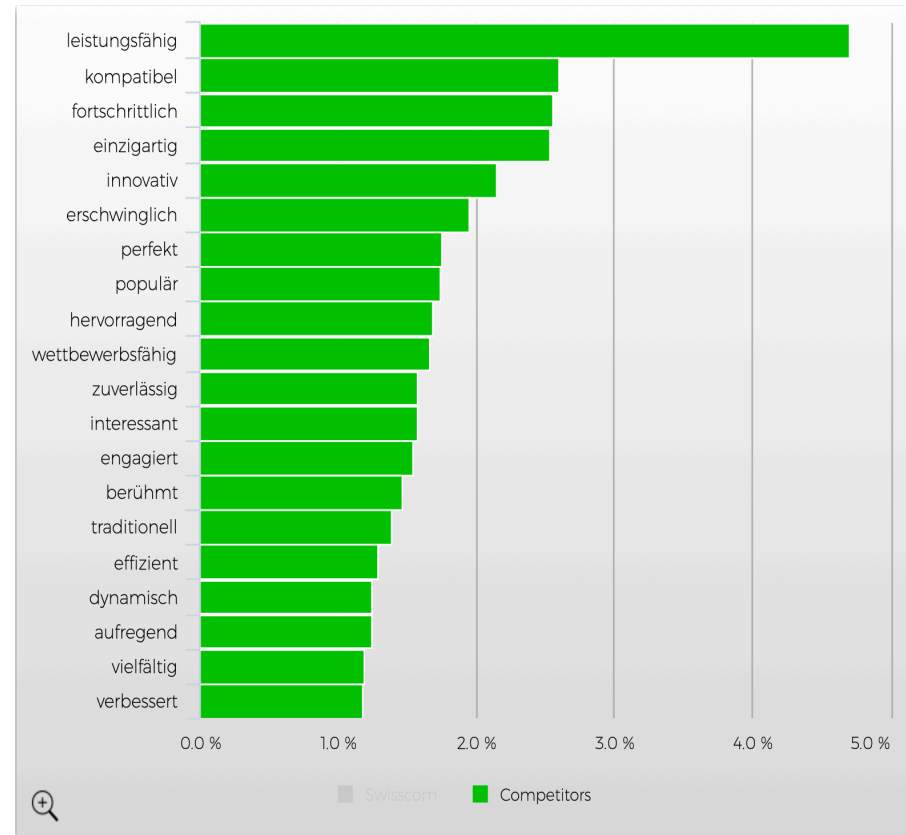
Set Targets & Control

Differenzierung der Marke Swisscom wird deutlich:

Swisscom



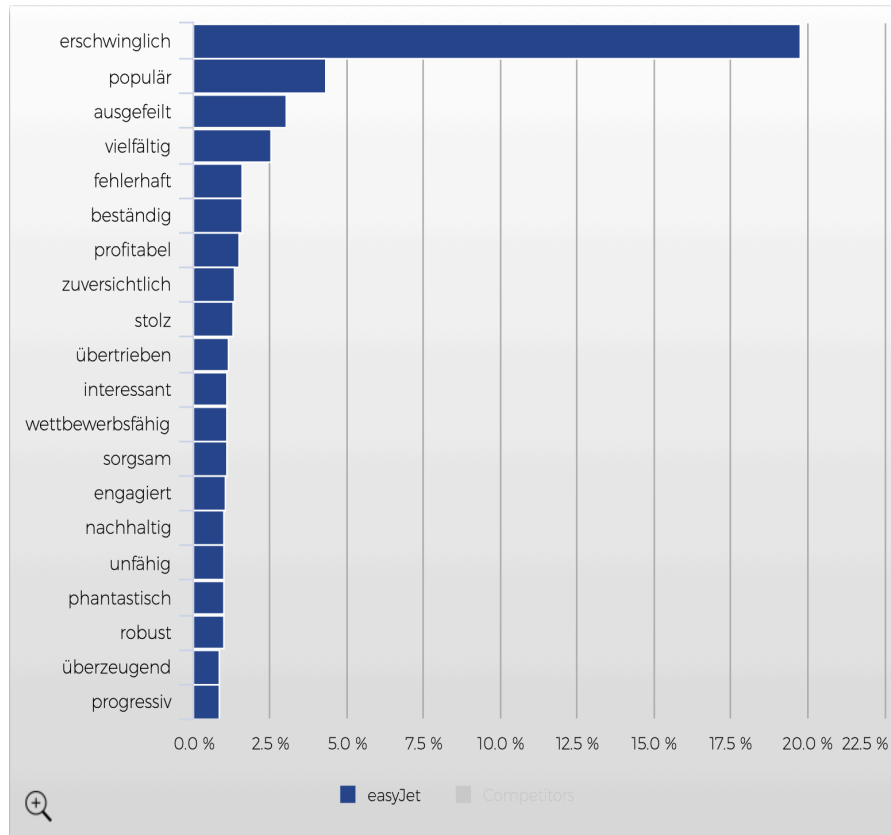
Telekommunikationsbranche



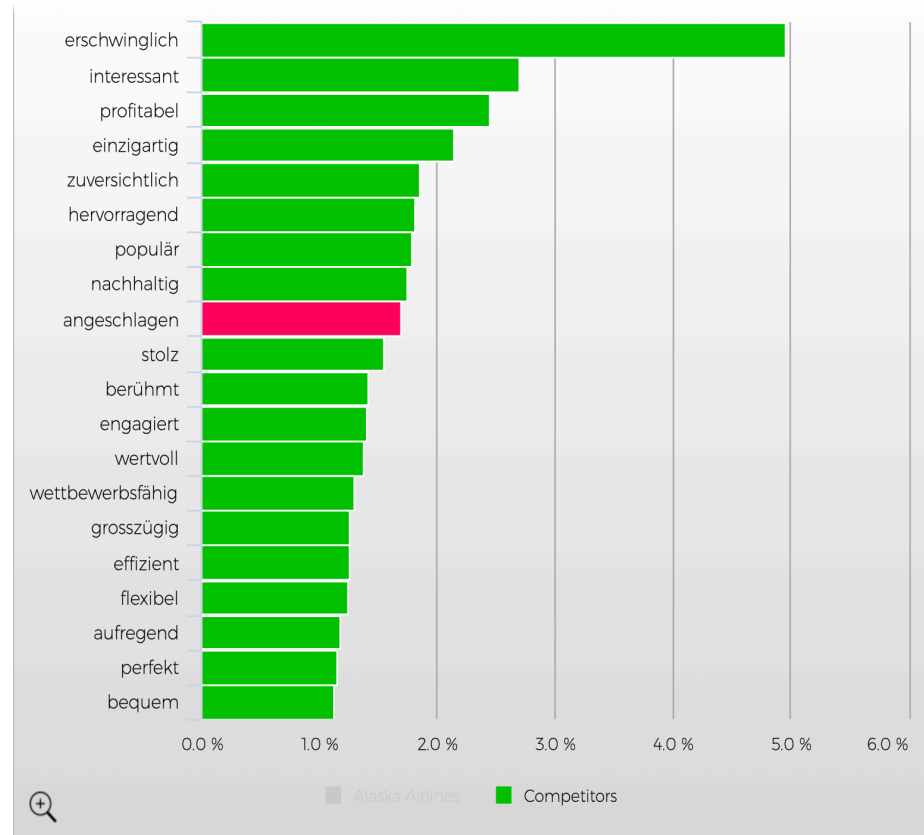
Set Targets & Control

Differenzierung der Marke easyJet wird deutlich:

easyJet

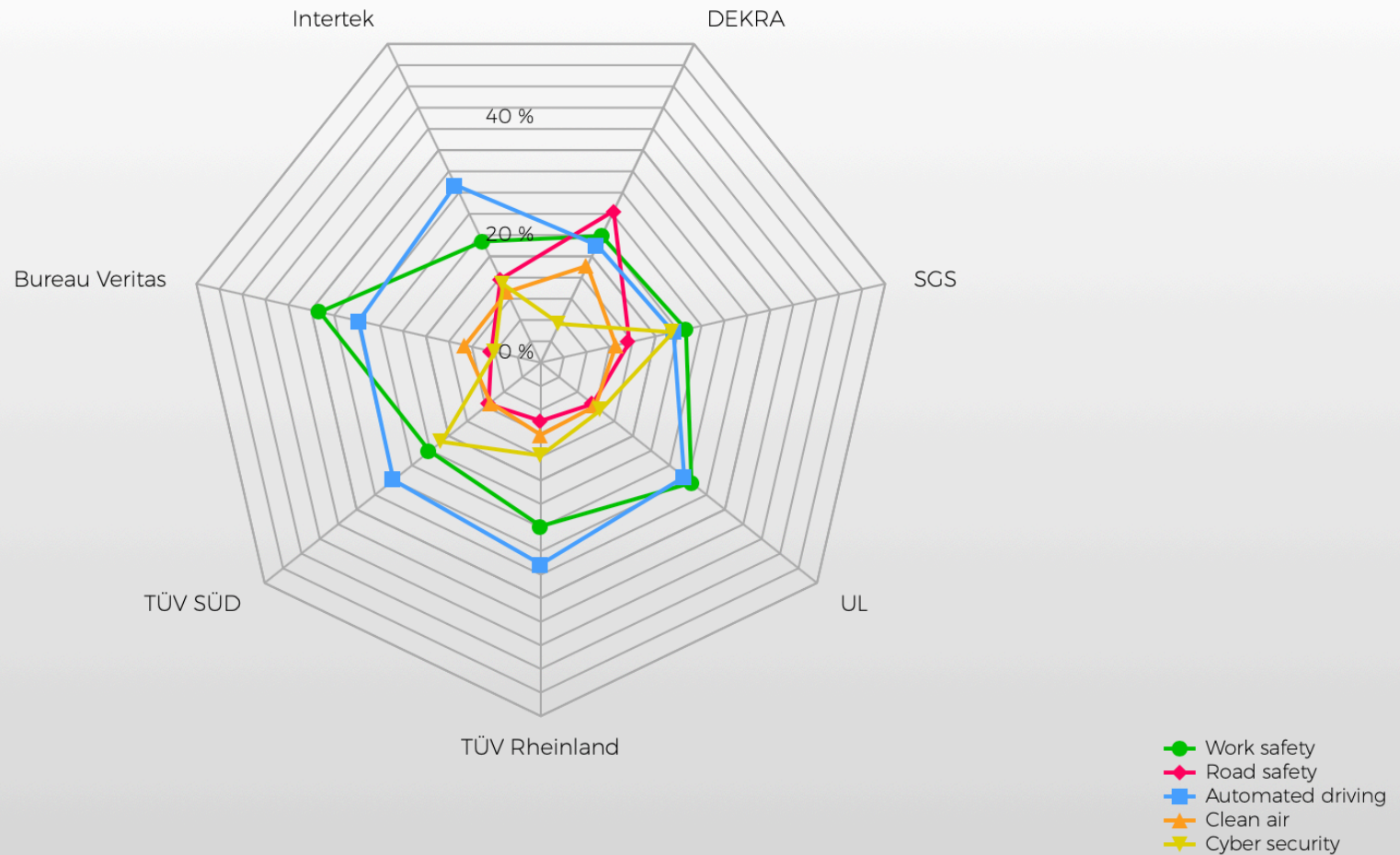


Luftfahrtbranche



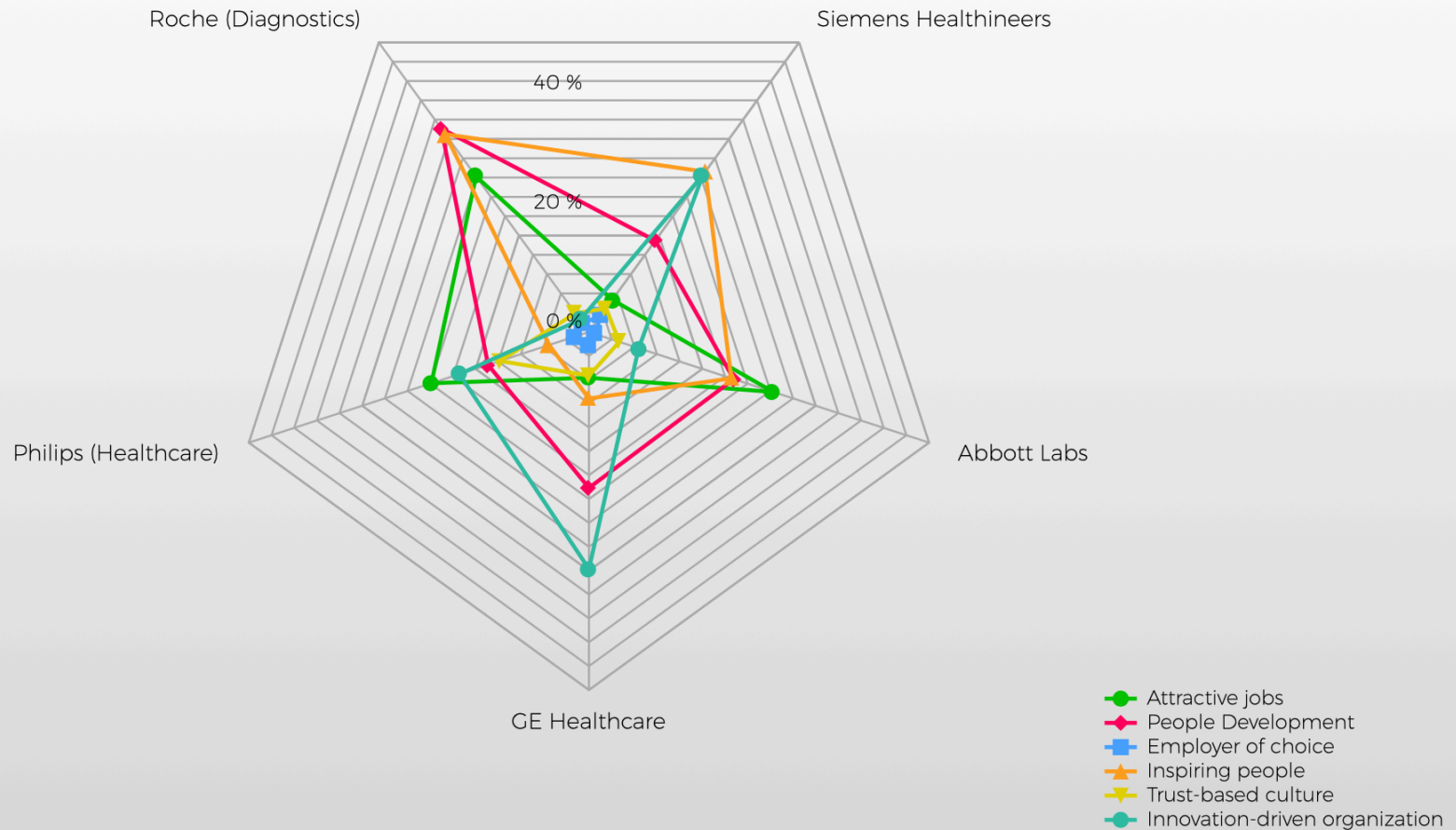
Set Targets & Control

Thematische KPIs in der Kommunikation:



Set Targets & Control

Employer Branding: Thematische KPIs in der Kommunikation:



Der Fokus auf die wesentlichen Erfolgsfaktoren ...

... schafft Differenzierung.

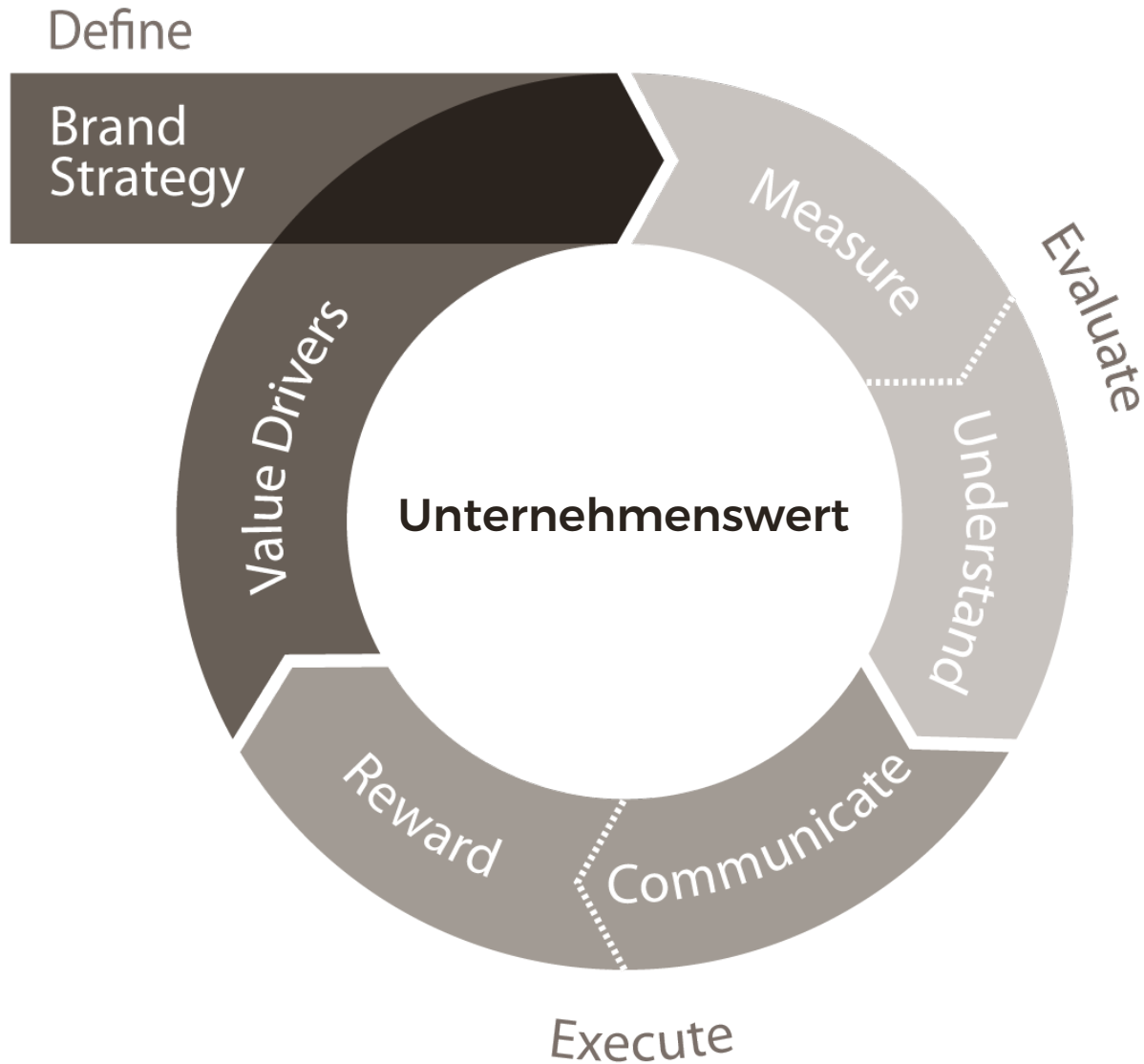
... ist die Voraussetzung für effiziente Investitionen in die Marke/Reputation.

... setzt den zentrifugalen Kräfte im Unternehmen ein zentrales Ziel entgegen.

Messung in der Praxis

Die Tools müssen verständlich die KPIs UND deren Ergebnis auf einfache Weise für Nicht-Spezialisten liefern.

Eingliederung der Analyse/Messung in den Prozess der wertorientierten Markenführung.



Social Media Tools erfüllen die Anforderungen nicht:

The screenshot displays the Talkwalker Settings interface. The top navigation bar includes the Talkwalker logo, a home icon, a line graph icon, a settings icon (highlighted), a chat icon, and a user profile icon labeled 'PS'. The left sidebar shows the current project 'TheBrandTicker' and a search bar. Below the search bar, the sidebar is organized into sections: 'Settings Home' (highlighted), 'PROJECT' (containing 'Topics/Channels Setup' and 'Project Settings'), 'ACCOUNT' (containing 'Account Libraries' and 'Account Settings'), and 'USER' (containing 'Your User Settings'). The main content area is titled 'Project' and is divided into two sections: 'Topics/Channels Setup' and 'Project Settings'. The 'Topics/Channels Setup' section includes: 'Topics' (Add/manage your topics, Organize them in groups), 'Public Channels' (Add/manage your channels), 'Insights Channels' (Add/manage your owned channels), 'Review Channels' (Add/manage your review platform data), 'Web Analytic Channels' (Add/manage your Web Analytics platforms), 'Other Channels' (Add/manage other sources), and 'Custom Filters' (Add/manage your custom filters). The 'Project Settings' section includes: 'General Settings' (Overall settings of a project, Name, Data Criteria, Display Opt...), 'Users' (Assign users to the project), 'Connected Accounts' (Add channels to your project), 'Source Panels' (Define source panels for the project), 'Theme Panels' (Define Theme Panels), 'Tags' (Manage your tags and tag groups), 'Sentiment Analysis' (Set up Sentiment), 'Rules' (Manage Rules), 'Events' (Define events for your project), 'Business Impact Metrics' (Set up your Business Indicators), 'Embedded Widgets' (Manage widgets), 'Shared Dashboards' (Share dashboards), 'Import Results' (Download samples and import documents), and 'Historical Data' (Add backdata to your project). The bottom section of the main content area is titled 'Account' and contains 'Account Libraries'.

Talkwalker

CURRENT PROJECT
TheBrandTicker

Search in settings

Settings Home

PROJECT

Topics/Channels Setup

Project Settings

ACCOUNT

Account Libraries

Account Settings

USER

Your User Settings

Project

Topics/Channels Setup

- Topics**
Add/manage your topics
Organize them in groups
- Public Channels**
Add/manage your channels
- Insights Channels**
Add/manage your owned channels
- Review Channels**
Add/manage your review platform data
- Web Analytic Channels**
Add/manage your Web Analytics platforms
- Other Channels**
Add/manage other sources
- Custom Filters**
Add/manage your custom filters

Project Settings

- General Settings**
Overall settings of a project
Name, Data Criteria, Display Opt...
- Users**
Assign users to the project
- Connected Accounts**
Add channels to your project
- Source Panels**
Define source panels for the project
- Theme Panels**
Define Theme Panels
- Tags**
Manage your tags and tag groups
- Sentiment Analysis**
Set up Sentiment
- Rules**
Manage Rules
- Events**
Define events for your project
- Business Impact Metrics**
Set up your Business Indicators
- Embedded Widgets**
Manage widgets
- Shared Dashboards**
Share dashboards
- Import Results**
Download samples and import documents
- Historical Data**
Add backdata to your project

Account

Account Libraries

Social Media Tools erfüllen die Anforderungen nicht:



- Sie sind für Spezialisten konzipiert.
- Die Kapazität der Suchbegriffe ist zu klein.
- Die Fokussierung auf Social Media ist zu einseitig.
- Fehlende Anpassung an Organisationsstruktur.

Ein Beispiel aus der Praxis:

Vielen Dank!



Adwired AG
Bahnhofstrasse 65
8001 Zürich
Schweiz

T +41 44 221 96 44
www.adwired.ch