

Oliver Bechmann

Virale Vermarktung von Online-Plattformen

Grundlagen und Erfolgsfaktoren

VDM Verlag Dr. Müller

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis.....	9
1 Einleitung.....	11
2 Grundlagen virales Marketing.....	13
2.1 Definition virales Marketing.....	13
2.2 Einbindung von viralem Marketing in den Marketing-Mix	14
2.2.1 <i>Product & Price im 4 P-Modell für virales Marketing.....</i>	<i>15</i>
2.2.2 <i>Promotion & Place im 4 P-Modell für virales Marketing....</i>	<i>16</i>
2.2.2.1 Direkter Kontakt.....	17
2.2.2.2 Indirekter Kontakt.....	18
2.2.3 <i>Ziele einer viralen Marketingkampagne.....</i>	<i>20</i>
2.3 Funktionsweise und Kernelemente von viralem Marketing. ...	20
2.3.1 <i>Die drei Kernelemente des viralen Marketings.....</i>	<i>20</i>
2.3.2 <i>Der Ideen virus.....</i>	<i>24</i>
2.3.3 <i>Mund-zu-MundPropaganda im Internet.....</i>	<i>26</i>
2.4 Die Wahl der richtigen Zielgruppe.....	28
2.5 Fazit.....	30
3 Die Vermarktung von Online-Plattformen.....	33
3.1 Definition und Kategorisierung von Online-Plattformen.....	33
3.1.1 <i>Kommunikationsplattformen.....</i>	<i>35</i>
3.1.2 <i>Netzwerkplattformen.....</i>	<i>35</i>
3.1.3 <i>Entertainmentplattformen.....</i>	<i>36</i>
3.1.4 <i>Informationsplattformen.....</i>	<i>36</i>
3.2 Definition Online-Marketing.....	37
3.2 Einbindung von Online-Marketing in den Marketing-Mix.....	38
3.3.1 <i>Die Veränderung der Marketingparadigmen durch das Internet.....</i>	<i>38</i>
3.3.2 <i>Product & Price im 4 P-Modell für Online-Marketing.....</i>	<i>42</i>
3.3.3 <i>Promotion & Place im 4 P-Modell für Online-Marketing....</i>	<i>43</i>
3.3.4 <i>Suchmaschinenoptimierung.....</i>	<i>46</i>
3.3.5 <i>Einordnung von viralem Marketing in Online-Marketing..</i>	<i>48</i>
3.4 Fazit.....	48

4 Ableitung der kritischen Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche virale Vermarktung von Online-Plattformen.51

4.1	Die kritischen Erfolgsfaktoren des viralen Marketings.....	51
4.1.1	<i>Der Erfolgsfaktor der Beeinflussung und Überwachung des Meinungsbildes von Usern.....</i>	51
4.1.2	<i>Der Erfolgsfaktor Kampagnengut.....</i>	52
4.1.3	<i>Der Erfolgsfaktor Usability.....</i>	52
4.1.4	<i>Der Erfolgsfaktor virale Vermarktungsinstrumente.....</i>	53
4.7.5	<i>Der Erfolgsfaktor kritische Masse.....</i>	53
4.7.6	<i>Zusammenfassung der Erfolgsfaktoren.....</i>	54
4.2	Virale Vermarktungsinstrumente für Online-Plattformen.	54
4.2.7	<i>E-Mail.....</i>	54
4.2.2	<i>Newsletter.....</i>	56
4.2.3	<i>Diskussionslisten.....</i>	57
4.2.4	<i>Signaturwerbung.....</i>	58
4.2.5	<i>Send-A-Friend-Funktionen und E-Cards.....</i>	58
4.2.6	<i>Communities.....</i>	59
4.2.7	<i>Chat-Funktionen.....</i>	60
4.2.8	<i>Online-Spiele, Videos & Downloads.....</i>	67
4.2.9	<i>Zusammenfassung.....</i>	62

5 Untersuchung der kritischen Erfolgsfaktoren von viralem Marketing für die Vermarktung von Online-Plattformen .63

5.1	Erstellung des Untersuchungsra'sters.....	63
5.7.7	<i>Die Methodik der Untersuchung der kritischen Erfolgsfaktoren.....</i>	63
5.1.1.1	Beeinflussungs- und Kontrollmechanismen auf der Plattform.....	64
5.1.1.2	Usability von Plattform und Vermarktungsinstrumenten.....	64
5.1.1.3	Das Kampagnengut.....	65
5.1.1.4	Implementierung viraler Vermarktungsinstrumente	65
5.1.1.5	Nutzfaktor der Online-Plattform.....	65
5.1.1.6	Grafische Darstellungsform der Ergebnisse.....	66
5.1.2	<i>Methodik der Untersuchung der Vermarktungs - Instrumente.....</i>	66
5.2	Auswahl der untersuchten Online-Plattformen.....	67
5.3	Auswahl der befragten Experten.....	68

Inhaltsverzeichnis	7
5.4 Auswertung der Untersuchungsergebnisse.....	69
5.4.1 Auswertung der Untersuchung der Online-Plattformen nach den kritischen Erfolgsfaktoren.....	70
5.4.2 Auswertung der Untersuchung der Online-Plattformen auf die implementierten Vermarktungsinstrumente.....	72
5.4.3 Auswertung der Experteninterviews.....	73
5.4.3.1 Der elementarste Baustein in einer viralen Kampagne	73
5.4.3.2 Die kritischen Erfolgsfaktoren in einer viralen Kampagne.....	74
5.4.3.3 Virale Vermarktungsinstrumente.....	74
5.4.3.4 Die Risiken in viralen Marketingkampagnen.....	75
5.4.4 Abgleich der Untersuchungsergebnisse der Online-Platt- formen mit den Ergebnissen der Experteninterviews.....	75
5.4.4.1 Kritische Erfolgsfaktoren.....	75
5.4.4.2 Virale Marketinginstrumente.....	76
5.4.5 Fazit.....	77
6 Handlungsempfehlung für die virale Vermarktung von Online-Plattformen.....	79
6.1 Planung einer viralen Marketingkampagne.....	79
6.2 Kontrolle und Beeinflussung einer viralen Marketing- kampagne.....	81
6.3 Risikominimierung.....	82
6.4 Zusammenfassung.....	83
7 Fazit.....	85
8 Literatur- und Quellenverzeichnis.....	87
9 Anhang.....	95
9.1 Experteninterview Tommi Brem.....	95
9.2 Experteninterview Jens Dissmann.....	102
9.3 Experteninterview Wolfram Glock.....	111
9.4 Experteninterview Florian Heinemann.....	118
9.5 Experteninterview Cornelius Rost.....	127
9.6 Auswertungen der Untersuchung der Online-Plattformen....	133