

→ **SOCIAL BOOKMARKING** Mit anderen Nutzern geteilte Auswahl- oder Geschenklisten sowie Bookmark-Galerien für Produkte, Angebote und Tipps, die von anderen durchsucht werden können.

→ **REFERRAL-PROGRAMME** Belohnungsprogramme für die Weiterempfehlung an neue Kunden.

→ **SOCIAL RECOMMENDATIONS** Shopping-Empfehlungen, die über einen Abgleich mit dem Einkaufs- und Surfverhalten anderer Kunden erstellt und an den Nutzer weitergegeben werden.

→ **DISKUSSIONSFOREN** Foren, deren Mitglieder sich bei konkreten Problemstellungen gegenseitig unterstützen.

→ **FRAGE- UND ANTWORT-FOREN** Foren, die User-Beiträge zum Lösen häufig auftretender Probleme verwenden und sich in E-Commerce-Sites integrieren lassen.

→ **CUSTOMER COMMUNITIES** Online-Communities von Kunden oder Partnern, verlinkt mit einer E-Commerce-Site. Ziel: ein auf Kundentreue, Beratung oder soziale Komponenten fokussiertes CRM.

→ **NEWSFEEDS** Angebot von syndizierten bzw. gebündelten News zu Produkten im Online-Verkauf auf Social-Media-Plattformen wie Twitter oder Facebook.

→ **MEDIA SHARING** Das Veröffentlichlichen von mit E-Commerce-Sites verlinkten Werbemitteln auf Social-Media-Plattformen.

→ **SOCIAL-MEDIA-EVENTS** Ausrichten von Medien-Events auf mit E-Commerce-Sites verknüpften Social-Media-Bereichen. Beispiel: Webinare, Wettbewerbe, Shows.

→ **SOCIAL ADS** Platzieren kostenpflichtiger Werbeanzeigen auf Social-Media-Plattformen wie Facebook, Youtube und Twitter.

→ **SOCIAL APPS** Online-Applikationen oder -Widgets, die soziale Interaktion und User-Beteiligung fördern.

→ **SHOP WIDGETS** Kleine, plattformunabhängige Widget-Shops, die in Social Media eingebettet werden können und mittels derer Kunden, Partner und Meinungsführer zu Online-Verkaufsstellen werden.

... WICHTIGEN BEITRÄGEN DIE TENDENZ DER KOMMENTARE ...
 ... DIE WICHTIGKEIT DER LINKS, DIE MIT IHR AUFWERKUNG ...
 ... DIE MIT IHRER IHRER UND FOLGENDEN WELT ...
 ... CONTENT BEITRÄG ...

... WICHTIGEN BEITRÄGEN DIE TENDENZ DER KOMMENTARE ...
 ... DIE WICHTIGKEIT DER LINKS, DIE MIT IHR AUFWERKUNG ...
 ... DIE MIT IHRER IHRER UND FOLGENDEN WELT ...
 ... CONTENT BEITRÄG ...

Auch kleine Unternehmen sind in Sachen Social Media unterwegs. Rock N Shop zum Beispiel, ein Hamburger Versandhändler, der nicht nur das Merchandise der drei größten Festivals Deutschlands, darunter auch Rock am Ring, abwickelt, sondern auch das des FC St. Pauli. Präsent ist Rock N Shop vor allem auf Facebook. Noch werden Shop und Facebook nur über den »Gefällt-mir«-Button verlinkt. Doch in einem Monat soll »Facebook-Connect« eine Neuregistrierung im Shop überflüssig machen. »Da sind wir gerade dran«, informiert Carsten M. Nissen, Geschäftsführer bei Rock N Shop. Derweil werden potenzielle Kunden geködert – mit Spielberichten auf dem Blog, Gute-Nacht-Wünschen auf Facebook und mit Gewinnspielen. Die haben es in sich: Brachte es Rock N Shop vor einem halben Jahr gerade mal auf 2.000 Facebook-Fans, sind es heute 10.000. Getippt wird am Wochenende, danach ist die Community um 1.000 Fans größer. Rock N Shop hat dafür in-house eine Tippspiel-App entwickelt, die auf Facebook angeklickt werden kann. Was über Facebook in den Online-Shop kommt und kauft, lässt sich nach Meinung Nissens weitgehend ermitteln. Zum Beispiel über die Anschlusskette des Tippspiels: »Wer mittippt, wird natürlich auch dazu aufgefordert, unseren Katalog zu bestellen.

... WICHTIGEN BEITRÄGEN DIE TENDENZ DER KOMMENTARE ...
 ... DIE WICHTIGKEIT DER LINKS, DIE MIT IHR AUFWERKUNG ...
 ... DIE MIT IHRER IHRER UND FOLGENDEN WELT ...
 ... CONTENT BEITRÄG ...

... WICHTIGEN BEITRÄGEN DIE TENDENZ DER KOMMENTARE ...
 ... DIE WICHTIGKEIT DER LINKS, DIE MIT IHR AUFWERKUNG ...
 ... DIE MIT IHRER IHRER UND FOLGENDEN WELT ...
 ... CONTENT BEITRÄG ...



... WICHTIGEN BEITRÄGEN DIE TENDENZ DER KOMMENTARE ...
 ... DIE WICHTIGKEIT DER LINKS, DIE MIT IHR AUFWERKUNG ...
 ... DIE MIT IHRER IHRER UND FOLGENDEN WELT ...
 ... CONTENT BEITRÄG ...

redaktion@acquisa.de