„Studieren in Fernost“
Studierendenmarketing im Web 2.0

These 1:
Auch wenn Sie nicht bei Facebook oder VZ vertreten sind, wird dort bereits jetzt über Sie gesprochen.

These 2:
Social Media macht alle gleich. Die Herausforderung liegt im Organisieren von Dialog, nicht im Platzieren von Werbebotschaften.

These 3:
Kommunikation im Web 2.0 ist kein Selbstläufer, sondern harte Arbeit. Aufmerksamkeit muss immer wieder neu generiert werden.

These 4:
Inhalte sind Trumpf, aber nicht alle Inhalte sind für Ihre Zielgruppe gleichermaßen relevant.

These 5:
Das Medium ist die Botschaft, aber nicht jeder Kanal ist in gleichem Maße für Sie interessant.

These 6:
Die Einrichtung von Kanälen ist das eine, die dauerhafte und sinnvolle Bespielung dieser Kanäle das andere.

These 7:
Tun Sie nichts – einfach nur aus dem Grund, weil "man" das eben heute so tut.

Kontakt
Alexander Karasek
Scholz & Friends Agenda
alexander.karasek@s-f.com
Telefon +49 (0) 30/70 01 86-849