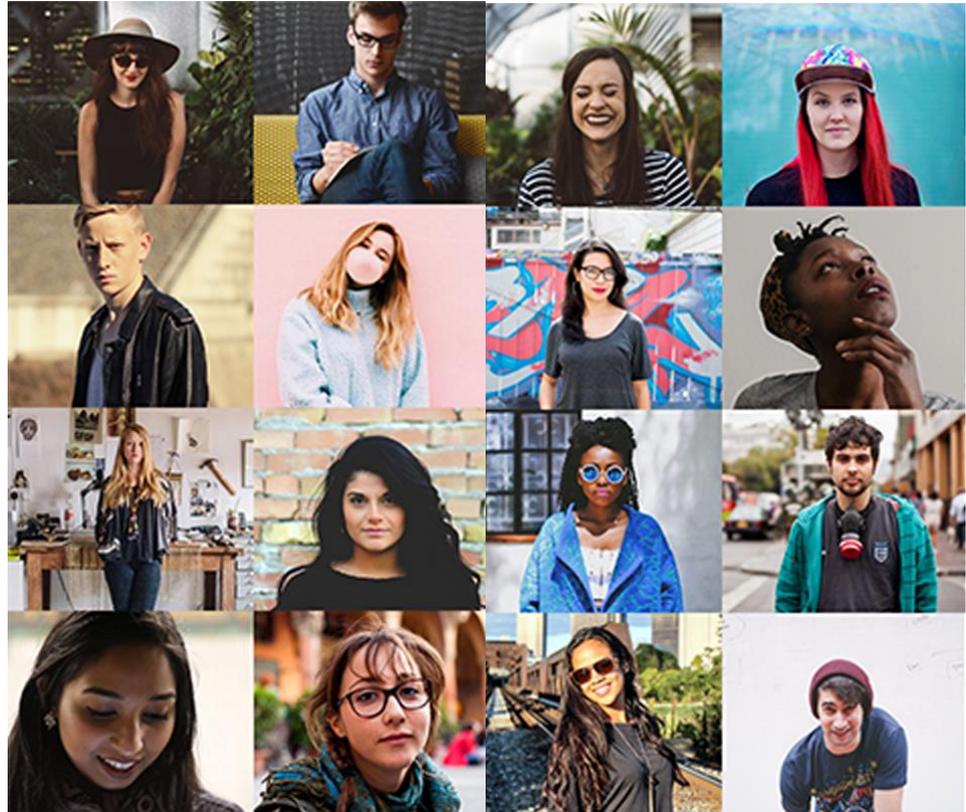


Best Millennials' Brand 2018 im Überblick



Best Millennials' Brand: Welche Marke knackt die Millennials Erfolgsformel?



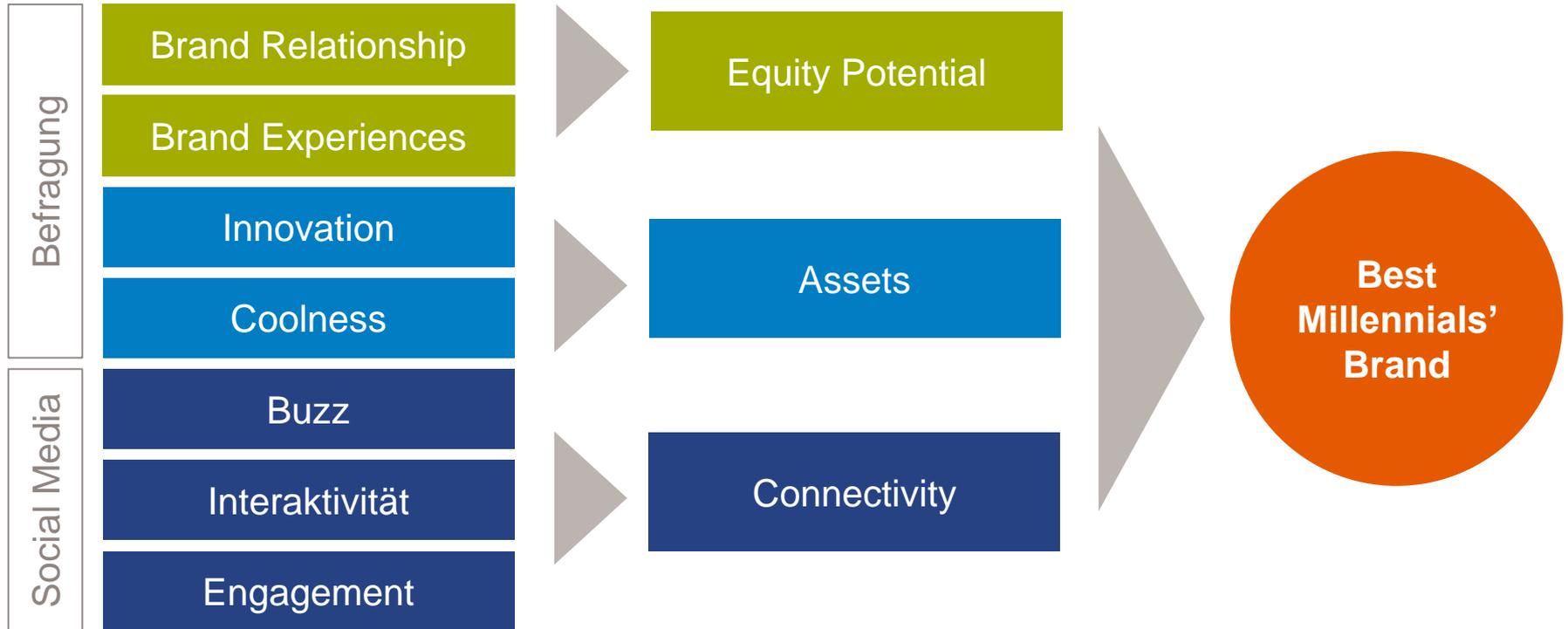
Millennials' Brands bauen eine emotionale Bindung über Beziehung & Erlebnisse auf...

... indem sie zugrundeliegende Motive von Millennials ansprechen...

... und Teil des sozio-digitalen Netzwerks sind



Best Millennials' Brand: Welche Marke knackt die Millennials Erfolgsformel?



Social Media-Markenführung muss an die Bedürfniswelt der Millennials anknüpfen



SOCIAL CONNECTIVITY



PRÄSENZ ZEIGEN

BUZZ

Präsenz ist eine Grundbedingung für Erfolg.

Der KPI berücksichtigt, dass Marken sowohl aktiv in Social Media agieren als auch passiv im Web thematisiert werden.



PARTIZIPIEREN

INTERAKTION

Direkte Interaktion mit den Konsumenten ist hochrelevant für glaubwürdige Social Media Markenführung.

Dieser KPI berücksichtigt, wie oft Marken auf Kommentare von Usern zu Posts antwortet. Damit erfasst er die Intensität der Interaktion – über die reine Menge hinaus, die Buzz misst.



BEGEISTERN

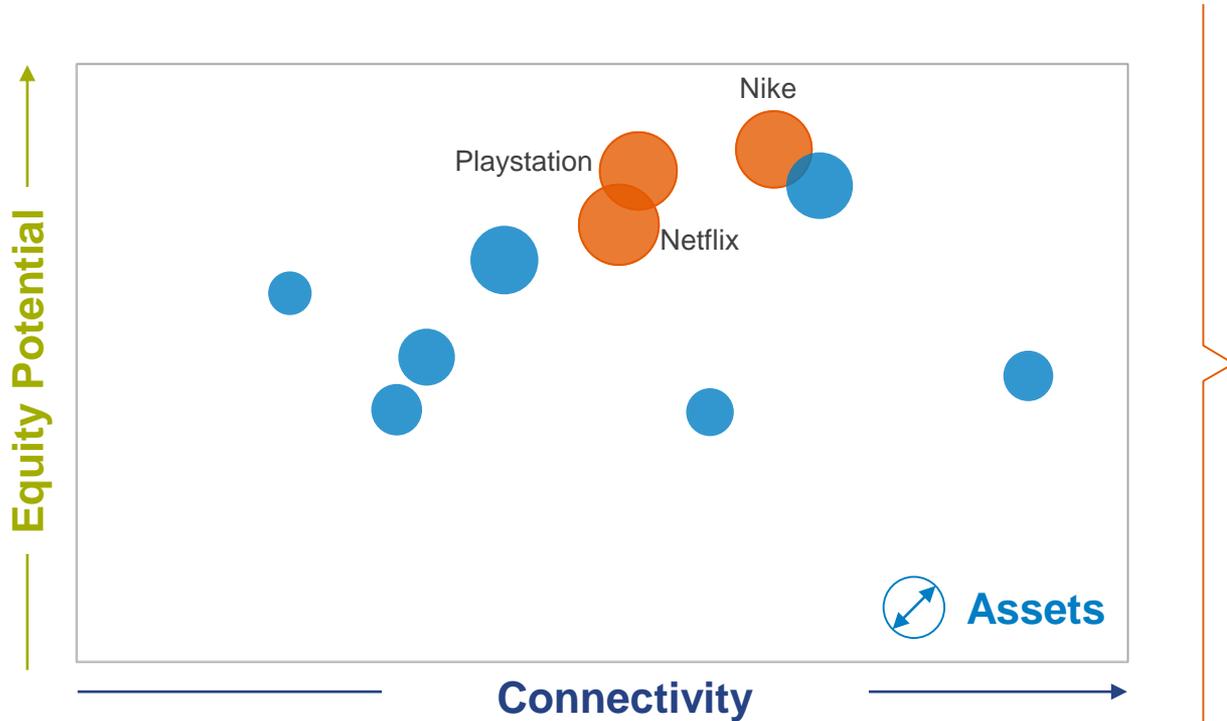
ENGAGEMENT

Liking und Sharing sind Gradmesser für Engagement.

Dieser KPI zeigt, wie sehr sich User öffentlich mit Marken assoziieren.

Die Normierung am Total Buzz fokussiert Qualität statt Quantität der Beiträge.

Was sind die Erfolgsrezepte der Best Millennials' Brands 2018?



Best Millennials' Brand

1. Nike
2. Playstation
3. Netflix

Best Millennials' Brand 2018

Millennials' Brands bauen eine emotionale Bindung über Beziehung & Erlebnisse auf...

... indem sie zugrundeliegende Motive von Millennials ansprechen...

... und Teil des sozio-digitalen Netzwerks sind



Best Millennials' Brand



Bestellen Sie die Ergebnisse für Ihre Marke im Vergleich zu 42 Marken und erhalten Sie Antworten auf folgende Fragen:



- Schafft Ihre Marke es, eine **Beziehung** zu Millennials aufzubauen?
- Schafft Ihre Marke **Erlebnisse**, die auf Millennials wirken?
- Nehmen Millennials Ihre Marke als **cool** wahr?
- Nehmen Millennials Ihre Marke als **innovativ** wahr?
- Schafft Ihre Marke es, Konsumenten "digital" zu **begeistern** und zu **bewegen**?
- Nutzen Sie alle **Möglichkeiten**, die Social Media und das Internet Ihnen bieten?
- Wie viel **Buzz** erzeugen Sie mit Ihrer Marke im Netz?
- **Reagieren** Sie ausreichend auf Fragen der Konsumenten?
- Wie **hochwertig** sind Ihre Beiträge? Schaffen Sie es mit Ihrer Marke, Konsumenten zu **begeistern** und zu **bewegen**?
- Sind Sie mit Ihrer Marke auf den **richtigen Social-Media-Kanälen** vertreten?

IM VERGLEICH ZU 42 MARKEN

Ihr Kontakt



Patricia Windt

Senior Consultant Insights & Integration
Marketing Science Central Europe

patricia.windt@gfk.com

+49 911 395 3064