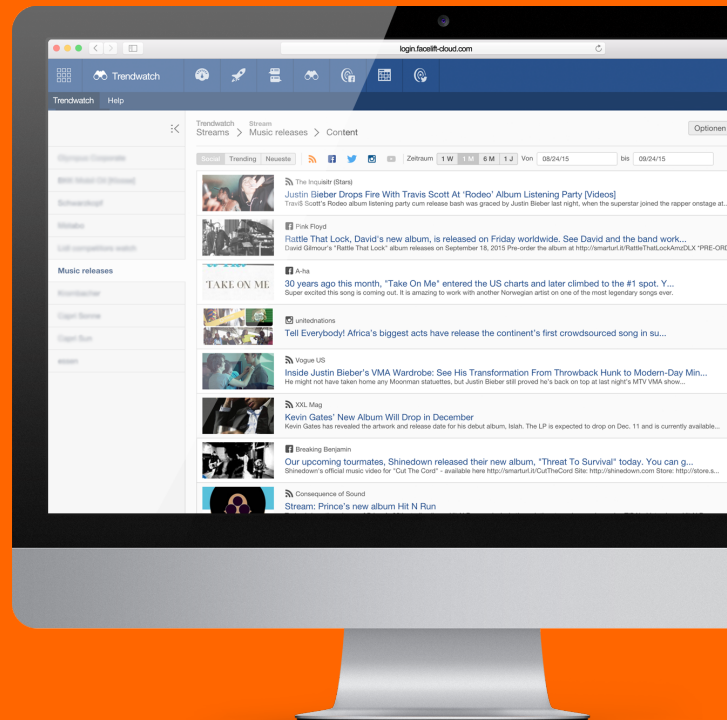


PRODUCT SHEET TRENDWATCH

STAND MÄRZ 2018



Features Summary

Kreative Impulse für die Content-Planung:

Darstellung aller relevanten Trends und Entwicklungen für eine effizientere Beitragskonzeption und höhere Reichweite

Unterstützung relevanter Kanäle:

- Online-News/-Magazine
- Blogs
- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Instagram

Komfortfeatures für effizientes Arbeiten:

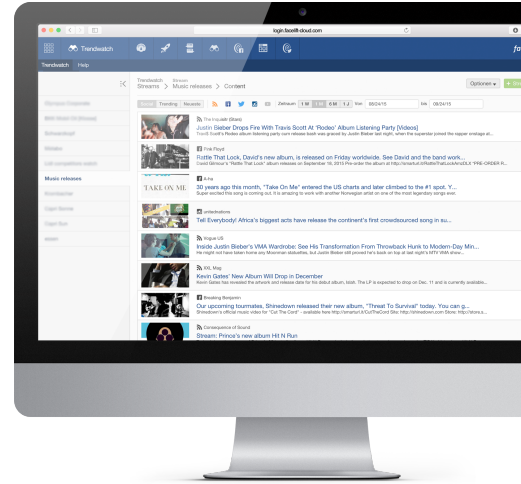
- Kanalspezifische Themenanalyse
- Identifizierung besonders viraler Inhalte über Engagement-Werte
- Themenentwicklung im Zeitverlauf
- Integration in das Publisher-Modul zur schnellen Themenumsetzung
- Erstellung eigener Reports/Analysen
- Exportfunktion aller Themen und Statistiken

Der effizienteste Weg zu relevanten Inhalten

Der richtige Beitrag zur richtigen Zeit.

Mit insgesamt acht unterschiedlichen Modulen stellt die mehrfach zertifizierte Facelift Cloud für jeden Bereich des Social-Media-Marketings die ideale Lösung bereit.

Längst ist bekannt, dass eine professionelle Redaktionsplanung für den Erfolg der eigenen Social-Media-Präsenzen unabdingbar ist. Nur involvierende und kanalgerecht aufbereitete Inhalte werden von Social-Media-Nutzern mit erhöhter Kaufbereitschaft und größerer Markentreue belohnt.



Gerade die Suche nach den richtigen Inhalten gestaltet sich dabei häufig als zeitintensiver Prozess: Wie sollten Themen inhaltlich aufbereitet werden, um maximale Wirkung zu entfalten? Welche Aspekte sind für Interessenten und Kunden derzeit aktuell? Bieten sich kurzzeitige Trends an, um neue Käufergruppen zu erschließen?

Trendwatch gibt die Antworten auf diese und viele weitere Fragen und liefert damit das benötigte Material für die Auswahl der zu veröffentlichenden Beiträge und deren inhaltliche, zielgruppenkonforme Ausgestaltung. Durch die nahtlose Integration in die Facelift Cloud ist es damit die ideale Ergänzung zum Publishing-Modul, mit dessen Hilfe sich alle für die Beitragsplanung, -Umsetzung und -Veröffentlichung relevanten Abstimmungs- und Freigabeprozesse effizient abwickeln lassen.

Trendwatch in der Praxis

Zwei Beispiele zeigen, wie vielfältig Unternehmen das Trendwatch-Modul einsetzen, um reichweitenstarke Inhalte zu erstellen – und ganz nebenbei auch kritische Themen positiv für sich zu besetzen.

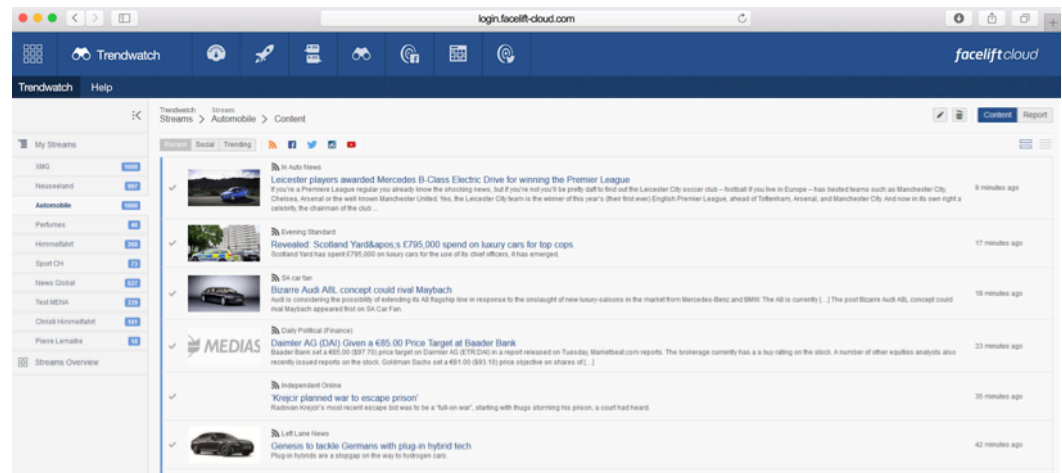
1. Langfristige Themenfindung und Impulsbeiträge

Eine Versicherung unterhält Profile auf allen relevanten Social-Media-Kanälen sowie einen Unternehmensblog. Es sollen auf regelmäßiger Basis unterschiedliche Versicherungsarten aus dem Unternehmensportfolio behandelt werden, um durch Mehrwertkommunikation den Absatz zu fördern. Die Ausarbeitung der Beiträge gestaltet sich allerdings schwierig: Der Content soll für die Zielgruppen relevant sein, aber es ist unklar, mit welchen Fragestellungen sich Social-Media-Nutzer überhaupt aktiv auseinandersetzen.

Mit Trendwatch soll daher die grundsätzliche Beitragsplanung validiert werden. Das Unternehmen verfolgt mehrere Themen wie z.B. „KFZ-Haftpflichtversicherung“, „Hausratversicherung“ und „Zahnzusatzversicherung“. Bereits sechs Monate vor dem Stichtag zum KFZ-Versicherungswechsel –und damit wesentlich früher als antizipiert – zeigt Trendwatch vermehrte Aktivität zu diesem Thema auf Twitter und in Onlinemedien. Der eigentlich für einen späteren Zeitpunkt geplante Artikel „Neue KFZ-Versicherung – darauf

sollten Sie achten“ wird vorgezogen und erreicht die Autobesitzer, die dankbar für sinnvolle Ratschläge und offen für gute Angebote des Unternehmens sind, zum bestmöglichen Zeitpunkt.

Kurz darauf weist Trendwatch plötzlich einen unerwarteten Anstieg sonst eher selten diskutierter Themen auf. Im Anschluss an eine Unwetterwarnung stellen sich viele Mieter die Frage, an welchen Stellen Hausrat- oder Elementarschadenversicherungen greifen, wenn äußere Einflüsse Schäden im Haus wie z.B. Wasserrohrbruch verursachen. Die Versicherung veröffentlicht zeitnah einen Beitrag, der die mit Trendwatch identifizierten Nutzerfragen aufgreift und aufgrund des passgenauen Timings besonders positiv aufgenommen wird.



Beispielsicht: Liste relevanter Online-News aus der Automobilbranche als Grundlage der Themenfindung

2. Spontane Anknüpfungspunkte und proaktives Handeln

Ein global operierendes Unternehmen aus der Bekleidungsindustrie erstellt einen Redaktionskalender, der wöchentlich drei fest geplante Beiträge für alle bespielten Social-Media-Kanäle wie Facebook und Instagram vorsieht. Zusätzliche Artikel sollen spontan erstellt und veröffentlicht werden, sobald sich die Gelegenheit für einen „Quick Win“ ergibt. Trendwatch soll hierzu Ideen liefern und überwacht daher, wie sich für die Branche heikle Themen wie Tierschutz und Fair Trade quantitativ wie qualitativ entwickeln. Dabei werden auch drei Wettbewerber inkludiert.

Frühzeitig meldet Trendwatch, dass Vorwürfe gegen ein Konkurrenzunternehmen laut werden, einige als Kunstfell deklarierte Produkte bestünden möglicherweise aus Echtfell. Die Redaktion des Bekleidungsunternehmens greift das Thema direkt auf und erstellt einen informativen Beitrag, der zeigt, welche hohen Maßstäbe das Unternehmen sich gesetzt hat, um jederzeit die Herkunft und Echtheit aller Produkte nachweisen zu können – im Einklang mit Forderungen von Tierschutzorganisationen. Fans in Social Media fühlen sich in ihrer Markenwahl bekräftigt und imageschädigende Diskussionen weiten sich nicht auf das Unternehmen aus.

Effiziente und nachhaltige Themenfindung

Trendwatch wurde konzipiert, Ihre kreativen Prozesse durch wertvolle Anregungen zu bereichern. Verschiedene Komfortfeatures stellen sicher, dass dies zum Kinderspiel wird:

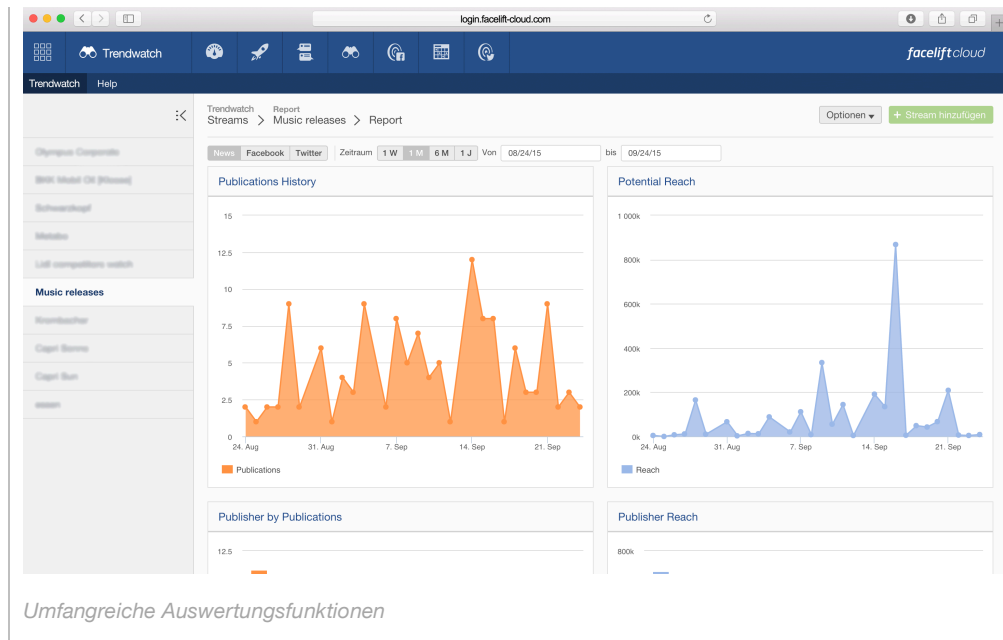
Quellen-Relevanz: Das Trendwatch-Modul berücksichtigt kuratierte Quellen mit hoher Reichweite, um Ihnen den Blick aufs Wesentliche zu ermöglichen und die Phase der Ideenfindung zusätzlich zu beschleunigen.

Präzise Auswertung: Sämtliche Inhalte zu Ihren betrachteten Themen lassen sich jederzeit nach Plattform filtern. So ist sofort ersichtlich, falls ein Thema auf z.B. Facebook mit anderem Schwerpunkt als in redaktionellen Onlinemedien besprochen wird und sich eine kanalspezifische Anpassung Ihrer geplanten Beiträge anbietet.

Priorisierung-Hilfe: Sortieren Sie Ihre Ergebnisse nach etablierten Engagement-Mechanismen wie Shares, Likes und Retweets und wählen das Thema mit dem größten Potenzial für Viralität aus. So erfahren Sie zusätzlich, welche Quellen für Ihr Thema als Multiplikatoren fungieren und sich für zusätzliche Marketing- und PR-Maßnahmen wie Kooperationen, Blogger Relations usw. besonders eignen.

Umfangreiche Statistiken: Weshalb spezifische Inhalte Bestandteil Ihrer Kommunikationsstrategie sein sollten und welche Themenschwerpunkte bei der Zielgruppendefinition im Advertising berücksichtigt werden sollten, zeigen Ihnen detaillierte Statistiken für alle Themen.

Themen im Zeitverlauf: Daten zu Ihren beobachteten Themen werden nach der Erhebung für mindestens zwölf Monate gespeichert, so dass Sie auch saisonale Effekte und grundsätzliche Entwicklungen nachverfolgen und in Ihrer Redaktionsplanung berücksichtigen können.

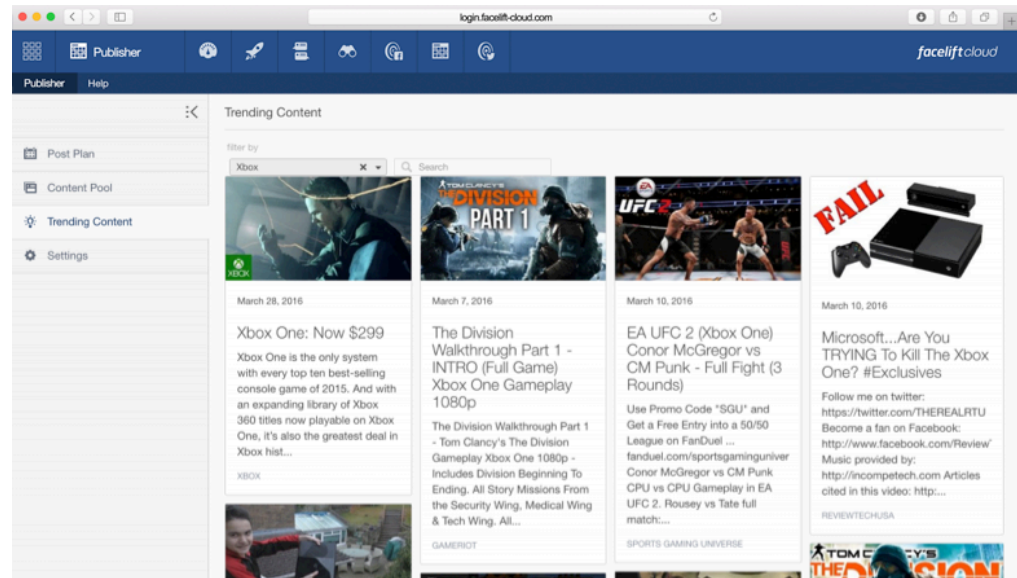


Umfangreiche Auswertungsfunktionen

Natürlich lassen sich sämtliche Inhalte und Statistiken jederzeit für den Zeitraum Ihrer Wahl ausweisen und exportieren.

Ganzheitliches Arbeiten dank intelligenter Integration in das Publisher-Modul

Wie sämtliche Module fügt sich auch das Trendwatch-Modul nahtlos in die Facelift Cloud ein. Deshalb können Sie Ihre beobachteten Themen direkt in den Publisher einbinden und unter dem Menüpunkt „Content-Vorschläge“ einsehen, ohne das Modul zu wechseln – für all die Fälle, in denen Sie für Ihr gewünschtes Thema mit nur einem Klick nach einem spannenden Aufhänger suchen möchten.



Trendwatch-Integration im Publisher-Modul am Beispiel eines Videospielemagazins

Die acht wichtigsten Vorteile des Trendwatch-Moduls der Facelift Cloud:

1. Deutliche **Beschleunigung** der sonst aufwendigen **Themenfindung**
2. Fundierte Daten für eine besonders **zielgruppenkonforme Aufbereitung** Ihrer Inhalte
3. **Erleichterte Priorisierung** von Themen dank Kennzeichnung **viraler Trends**
4. Über **40 unterstützte Sprachen** in mehr als 110 Staaten erlauben die **globale Nutzung**
5. **Historische Daten** ermöglichen das Nachvollziehen **langfristiger Entwicklungen** und **saisonalen Effekte**
6. **Nahtlose Integration in den Publisher** der Facelift Cloud zur direkten Überführung des Inhalts in die Beitragserstellung
7. Umfangreiche **Statistiken** für weiterführende **Analysen** und **Reportings**
8. **Exportfunktion** für alle Daten zur Nutzung in Redaktionskonferenzen oder Business-Intelligence-Lösungen

Fazit: Auch in vielfältigen Themenbereichen zeigt Trendwatch auf einen Blick, welcher Inhalt zu welchem Zeitpunkt für welche Zielgruppe perfekt geeignet ist und liefert damit wertvollen Input für die kreativen Prozesse der Redaktionsplanung.

Über Facelift

Mit über 200 Angestellten und mehr als 1.200 Kunden weltweit ist Facelift der führende Anbieter für Social Media Marketing Technologien in Europa. Mit Facelift Cloud bietet Facelift eine mehrfach zertifizierte Software-Lösung mit allen Komponenten für ein professionelles Social Media Marketing auf Enterprise Level.

Facelift Cloud wird als SaaS (Software as a Service)-System vollständig in Deutschland gehostet, ist ISO 27001 zertifiziert und entspricht damit höchsten IT-Sicherheitsstandards. Facelift ist Teil des offiziellen Facebook Marketing Partner Programms und des Instagram Partner Programms.

Facelift brand building technologies GmbH
Gerhofstr.19 | 20354 Hamburg | Germany
www.facelift-bbt.com | + 49 40 2286 849 0

