

Das Institut für Kommunikation und Marketing IKM

YOU ARE AT: [Home](#) » [News](#) » [In 4 Schritten zum Snapchat-Konzept](#)



## In 4 Schritten zum Snapchat-Konzept

BY STEPHANA MÜLLER ON 9. MAI 2017

NEWS

SHARE:



ÜBER DEN AUTOR/ DIE AUTORIN



STEPHANA MÜLLER

Stephana Müller ist Online Marketing Managerin bei STUcard.ch.

– Auf Snapchat tummeln sich vorwiegend Jugendliche im Alter von 13 bis 25 Jahren und ist somit der perfekte Kanal für [STUcard.ch](#), deren Zielgruppe sich in dieser Range befindet. Vor allem unter 18-Jährige können via Snapchat perfekt erreicht werden. Evan Spiegel, der Gründer von Snapchat, verzeichnet hohen Traffic mit der App. Nicht zuletzt, weil Mama und Papa ein Profil auf Facebook haben – ultra uncool.

Snapchat lässt alle Nachrichten nach 24 Stunden verschwinden; ein Feature, das viele junge Menschen schätzen und das die App so beliebt macht. Es werden rund 400 Millionen Snaps pro Tag von ca. 100 Millionen User versendet. Spannend ist zudem, dass 70% der User weiblich sind.



via **GOLPHHY**

Nun, Snapchat ist neu und cool. Jedoch braucht es, wie bei jedem neuen Kanal, auch hier ein Konzept.

Herzlich willkommen! Das Institut für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern – Wirtschaft ist das Kompetenzzentrum für integriertes Kommunikations- und Marketing-Management.

NEWSLETTER-ANMELDUNG

E-Mail-Adresse:

Anrede:

Worname:

Name:

Interessent:

- Ja, ich möchte den IKM-Newsletter abonnieren.
- Ja, informieren Sie mich über kommende IKM Updates.

Abonnieren

NEWSLETTER-ARCHIV

Bisherige Newsletter

KATEGORIEN

Crossmedia Kampagnen

Datenwelten

Digital Storytelling

Events

Integrierte Kommunikation

Konsumentenforschung

Kundenmanagement

Markenmanagement

News

Online Communities

Studium

Vertriebsmanagement

Weiterbildung

Wirkungsvoll Kommunizieren



Dieses beginnt meist mit einer **Analyse**. Passende Fragen sind:

- Ist meine Zielgruppe auf Snapchat aktiv?
- Was für Content wird in welcher Frequenz gepostet?
- Wer postet den Content?
- Wie wird die Content Produktion organisiert?

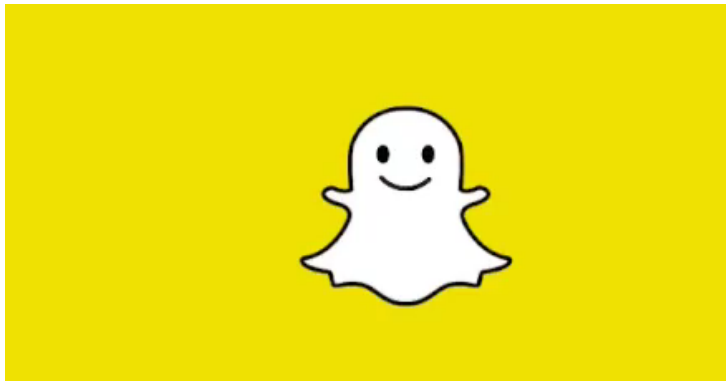
Sind diese Fragen beantwortet, werden **qualitative und quantitative Ziele** definiert. Diese sind für jedes Unternehmen unterschiedlich und werden auf die Unternehmensstrategie abgestimmt. Seit einiger Zeit können quantitative Ziele mit dem Analyse-Tool <http://smaphytics.io/> getrackt werden. In der App selbst ist lediglich die View-Anzahl pro Story ersichtlich. Die Ziele werden teilweise pro Kampagne einzeln definiert. Es ist klar, dass ein Wettbewerb, bei dem ein iPhone 7 verlost wird, mehr Teilnahmen erreicht als ein Wettbewerb, bei dem es eine CD zu gewinnen gibt.

Sind diese beiden Schritte definiert, wird eine **Strategie** für den Kanal festgelegt. Bei STUcard.ch sind dies in erster Linie «Brandawareness» und «Brandcoolness», sowie die «Dealbekanntheit» von den über 600 Partnern. Diese Ziele werden von der STUcard.ch Unternehmensstrategie abgeleitet.

Der letzte Punkt ist zugleich auch wieder der Anfangspunkt: das **Controlling**. Die qualitativen und quantitativen Ziele werden in einem einfachen Excel-Sheet erfasst und pro Story getrackt. Eine wichtige Neuerung war die Erweiterung der «Memory-Funktion» in der App. Die geposteten Storys können gespeichert werden und sind dann auch noch nach 24 Stunden verfügbar.

Bleibt Snapchat eine reine Messenger – und Social-Media-Plattform oder werden sie künftig ihre Funktionen mehr in unseren Alltag integrieren? Ein erster Schritt in diese Richtung wurde mit den Spectacles (Sonnenbrillen mit integrierter Kamera) bereits gemacht.

Es bleibt also spannend – wir werden Snapchat weiterhin genau beobachten.



via GIPHY

[Snapchat](#) [Snapchat Marketing](#)

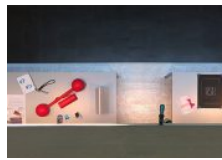
RELATED POSTS



MAS Diplomfeier im Sommer 2017



Campaigning Summit Switzerland – Die Referenten und ihre Themen



Ausstellung mit den Autorenarbeiten 2016 zum Thema «machen»

LEAVE A REPLY

Your Comment

Your Name

BLOGS

- [Business English](#)
- [Français des Affaires](#)
- [Blog Diginect](#)
- [Blog Online Media and Campaign Management](#)
- [Blog International Marketing](#)
- [Blog B2B und Social Media](#)
- [Blog Verständlichkeit](#)
- [Blog Out-Of-Home-Displays](#)

LETZTE BEITRÄGE

- [Three days in a Management Simulation Game](#)
- [Fluch und Segen der Vernetzung – Weshalb das Recht, alleine gelassen zu werden, so wichtig ist](#)
- [Master-Studierende erkunden Unternehmer-Szene in London](#)
- [Location-based Marketing – Wer macht den ersten Schritt?](#)
- [MAS Diplomfeier im Sommer 2017](#)

ARCHIV

Archiv



Trage mich in den Newsletter ein!

POST COMMENT

