

DIETMAR DAHMEN
FÜR
PHARMA
MARKETING
FRANKFURT, JUNI
2013



inspirato
**PHARMA
MARKETING**
AWARD 2013

DAS ENDE DER INSEL-MARKEN


inspirato
KONFERENZEN

INSPIRIEREND. FACETTENREICH. INTERAKTIV.

DIES IST DAS HANDOUT ZU MEINER KEYNOTE BEIM PHARMA MARKETING AWARD.
ES IST EINE ERINNERUNGSSTÜTZE. WER NICHT DORT WAR, VERSTEHT DIESES
HANDOUTOUT WAHRSCHEINLICH NICHT. EVENTUELL HILFT DANN FRAGEN:
DD@DIETMARDAHMEN.COM

PHAMBA MARKETING



HALLO, MEIN NAME IST DIETMAR DAHMEN UND HEUTE IN DER VILLA KENNEDY IN FRANKFURT...

...MÖCHTE ICH ÜBER DAS ENDE DER INSEL-MARKEN REDEN. MARKEN FINDEN NICHT IN EINEM ABGESCHOTTEN SILO STATT, SONDERN MITTEN IM LEBEN: UND UNSER LEBEN ÄNDERT SICH GERADE RASANT!

ALLES WIRD SCHNELLER NEU! DAS HEISST AUCH: ALLES WIRD SCHNELLER ALT. FÜR UNS "NEUE" KOMMUNIKATIONSFORMEN, SIND FÜR DIE KIDS VON HEUTE "STEINZEIT".

TECHNOLOGIE ENTWICKELT SICH RASEND SCHNELL. UND: SIE WIRD AUCH NAHEZU IN REAL-TIME VON DEN MENSCHEN ANGENOMMEN. SMARTPHONES GIBT ES ERST SEIT 6 JAHREN... ABER 1 MRD. MENSCHEN NUTZEN SIE.



ALLES WIRD SCHNELLER ALT

DIETMAR DAHMEN

MOBILE ÜBER-ROLLT PC

The end of the beginning. Mobile blows past PCs: so what? **Forbes** 31 December 2012

The mobile revolution (for whatever you want to call it) is well underway. Smartphones and tablets running iOS and Android will out-sell PCs by more than 2:1 in 2012, and there will be 1bn of these devices by the end of the year, compared to around 1.5-1.6bn PCs.

DIETMAR DAHMEN

40% NFC 2015

OF ALL MOBILE PHONES SHIPPED IN 2015 WILL HAVE NFC CAPABILITIES

DIETMAR DAHMEN

Facebook
STRIKING, MIRACULOUS SOCIAL TEAM-UP!

SHARE your photographs, opinions and opinions in abundance with family, friends and colleagues. For instant updates, Facebook is the only leading "social hub" for your social life. A comprehensive, intuitive and simple user interface makes it a perfect fit for modern living.

Twitter
The sublime, mighty community with just 140 letters!

A VERTICAL revolution with a new generation of people that's ready to embrace new technology that lets you connect and share your thoughts and ideas in real time. Twitter is the only community that's just what you need to get your voice heard.

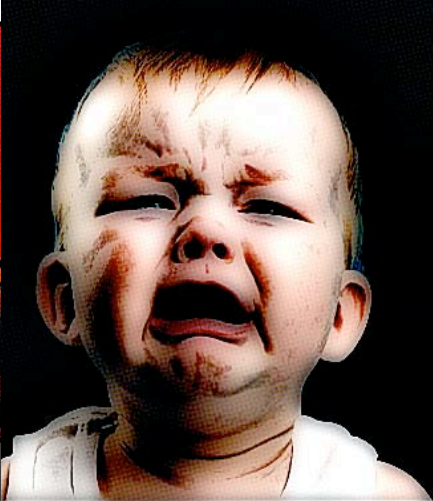


NOW IST FÜR UNS SEHR WICHTIG. EMOTIONEN SIND NOW...



ALLES WIRD NOW

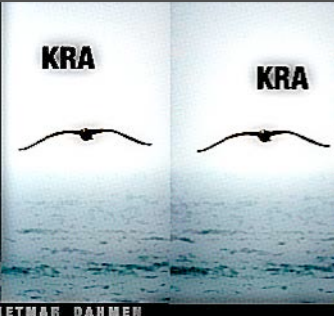
DIETMAR DAMEN



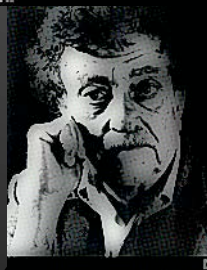
A LATE RESPONSE IS NO RESPONSE

DIETMAR DAMEN

DER TREND DER "TEEN-KOMMUNIKATION" GEHT ZU IMMER "SCHNELLEREN" MEDIEN. SNAPCHAT IST HIER EIN GUTES BEISPIEL. DER TREND IST SO STARK, ER HAT EINEN EIGENEN NAMEN: NOW-ISM



DIETMAR DAMEN



DIETMAR DAMEN

NEUER INFORMATION GLAUBEN WIR MEHR ALS ALTER INFORMATION. SELBST DANN, WENN DIE ALTE INFORMATION "OFFIZIELL" IST (WIE Z.B. EIN ZEUGNIS) UND DIE NEUE "IN-OFFIZIELL" (WIE Z.B. DIE AUSSAGE EINES KLASSENKAMERADEN).

REPORT CARD				
GRADING PERIOD	1	2	3	4
READING	A			
WRITTEN COMMUNICATION	A			
MATHEMATICS	C			
SCIENCE/HEALTH	B			
SOCIAL STUDIES	B			
ART	A			
MUSIC	A			
PHYSICAL EDUCATION	C			
Grade Average	B			
Attendance:	Present: 48			
	Absent: 2			
	Tardy: 1			
<small>A = Excellent • B = Good • C = Satisfactory • N = Needs Improvement U = Unsatisfactory • I = Inattentive / Incomplete</small>				
Student:	Grade:	Year:		

NOW IST VERTRAUEN

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013



"NOW" WAR SCHON
IMMER MÄCHTIG.
1) WEIL ES SÜCHTIG MACHT
(WIR HABEN ANGST
ETWAS ZU VERPASSEN)

2) WEIL JEDER
"MOMENT OF TRUTH" IMMER
"JETZT" IST.
EIN GUTES MARKEN-ERLEBNIS
"WENN ICH ES ERWARTE" IST
PRIMA (Z.B. AUF DER WEBSITE.)
EIN MARKENERLEBNIS "WENN ICH
ES NICHT ERWARTE" IST NOCH
VIEL BESSER. WIR SIND
GEFLASHED: WOW, COOL!
HÄTTE ICH NICHT GEDACHT.
HIER STECKT DIE KRAFT VON
"REAL TIME
ADVERTISING".



WENN ICH DAMIT RECHNE

DIETMAR DAHMEN

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013

Audi tweeted, "Sending some LEDs to the @MBUSA Superdome right now..."

WENN ICH NICHT DAMIT RECHNE

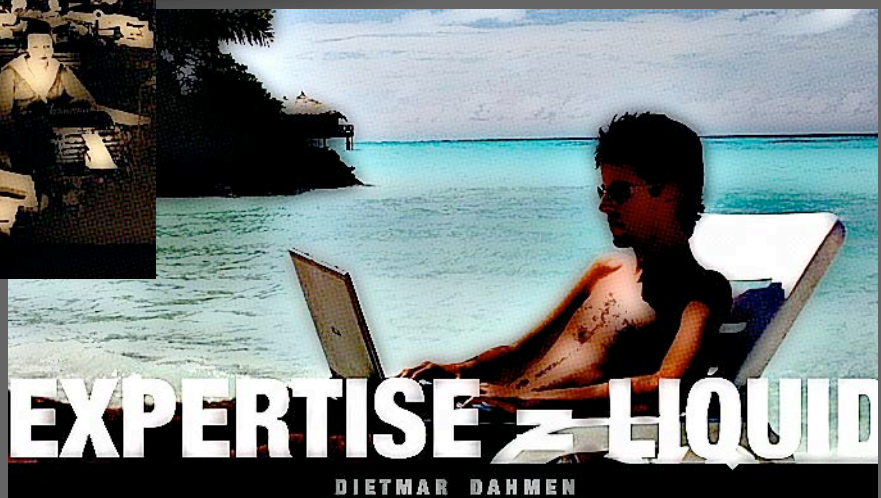
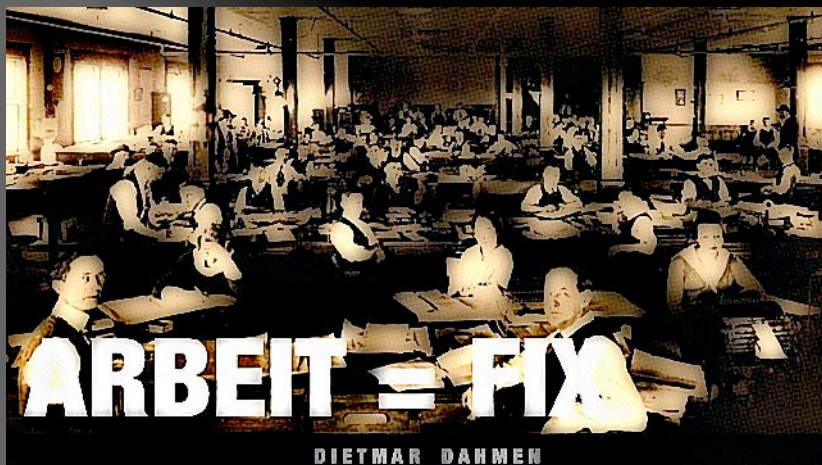


DIETMAR DAHMEN

NOW-ISM IST EIN GROSSER DRIVER IM MODERNEN LEBEN! ABER:
ICH KANN NICHT RENNEN.... UND TROTZDEM BEIDE BEINE AM BEINE AM BODEN
HABEN. NOW IST ALSO IMMER ETWAS RISIKOREICH. DESHALB BRAUCHT NOW-ISM
BESONDERS VIEL VERTRAUEN. GERADE IN DER DIGITALEN WELT WIRD VERTRAUEN
UND SICHERHEIT MASSIV WICHTIG!!!!!!

BEACHTEN: NEBEN DER ZEIT IST AUCH DER ORT EINE DIMENSION VON NOW. LOKALE SERVICES SIND MINDESTENS GENAUSO STARK WIE ZEITLICHE. 25 % ALLER SEARCHES SIND LOKAL. ZEIT UND ORT SIND - WIE IN DER QUANTENPHYSIK - AUCH IM MODERNEN MARKETING UND GANZ BESONDERS IN DER DIGITALEN WELT - IDENT.

"TOTAL NOW" WURDE ERST MÖGLICH DURCH "TOTAL CONNECTIVITY". WIR HABEN 1 MRD. SMARTPHONES, 6 MRD. HANDIES. DAS ÄNDERT WIE WIR LEBEN. WIE WIR ARBEITEN. FRÜHER WAR ARBEIT, TEAM UND EXPERTISE FIX. HEUTE IST ARBEIT, TEAM UND EXPERTISE LIQUIDE.



ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013



TOTAL CONNECTIVITY BRINGT RIESIGE VERÄNDERUNGEN MIT SICH. "ERST ERFINDEN WIR NEUE TECHNOLOGIEN... DANN ERFINDEN DIESE TECHNOLOGIEN UNS NEU!" WIR HABEN EINE GANZ NEUE ZIELGRUPPE: GENERATION CONNECTED!



**68% ALLER
MANAGER
CHECKEN MAILS
<30 MIN.**

DIETMAR DAHMEN

WIR SIND IMMER ONLINE. IM ZUG. IM TAXI. IM FLUGZEUG. GENERATION CONNECTED IST PERMANENT ONLINE. MACHT UNS DAS VERRÜCKT? IM GEGENTEIL:



**WIRELESS
IN FLUGZEUGEN**

DIETMAR DAHMEN



**WIRELESS
IN ZUGEN**

DIETMAR DAHMEN



**WIRELESS
IN TAXIS**

DIETMAR DAHMEN

**ONLINE IST
NORMAL**

DIETMAR DAHMEN

**OFFLINE IST
SPEZIELL**

DIETMAR DAHMEN

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013

TECHNOLOGY MAY NOT DEFINE THIS GENERATION, BUT IT ALIGNS WITH **HAPPINESS**

> HEAVY USERS OF SOCIAL MEDIA ARE HAPPIER THAN AVERAGE

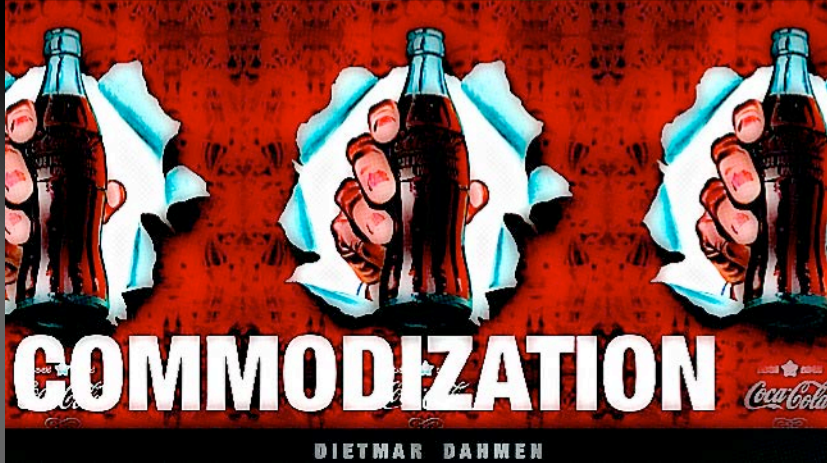
> HAPPIEST PEOPLE PLACE MORE IMPORTANCE THAN AVERAGE ON SOCIAL MEDIA

**DIGITAL
CONTAGION
OF
HAPPINESS**

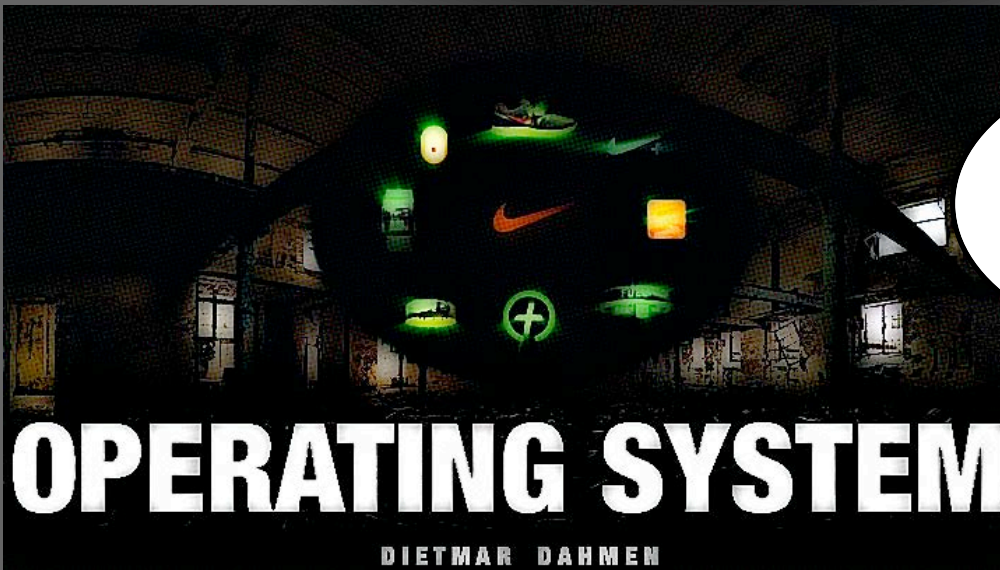
DIETMAR DAHMEN



GENERATION CONNECTED
VERÄNDERT ALLES. AUCH DIE
ERWARTUNG AN MARKEN. FRÜHER WAREN
MARKEN UNIQUE. HEUTE SIND MARKEN
COMMODITY. NUR WER GANZE MARKEN
ECOSYSTEME BIETET, IST HEUTE GANZ
VORNE MIT DABEI.



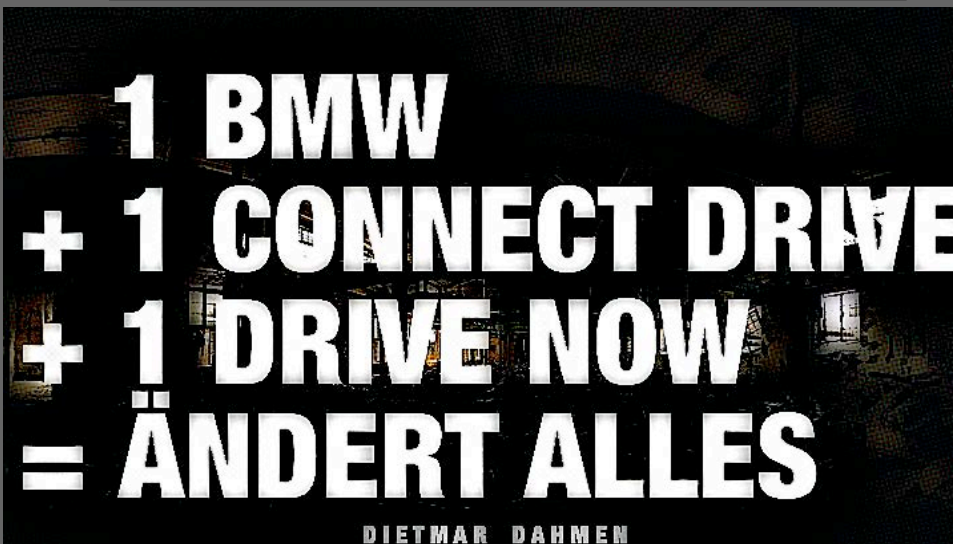
HEUTE SIND MARKEN
OPERATING SYSTEMS.



1 COLA + 1 FANTA + 1
SPRITE = 3 GETRÄNKE.

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013

1 IPHONE + 1 CLOUD + 1
ITUNES = VERÄNDERT
UNSERE LEBEN!



MV

BRAND

CONSUMER

TALKS
KNOWS
SELLS

LISTENS
LEARNS
BUYS

DIETMAR DAHMEN

DIE ZEIT DER
PASSIVEN KON-
SUMENTEN IST
VORBEI. WIR ERINNERN
UNS: LATEINISCH: KON...
BEDEUTET DAS
GEGENTEIL. KON-
SUMENTEN MACHTEN
DAS GEGENTEIL
DER MARKE.

ES LEBE DER PRO-SUMENT

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013

BRAND

PROSUMER

TALKS



TALKS MORE

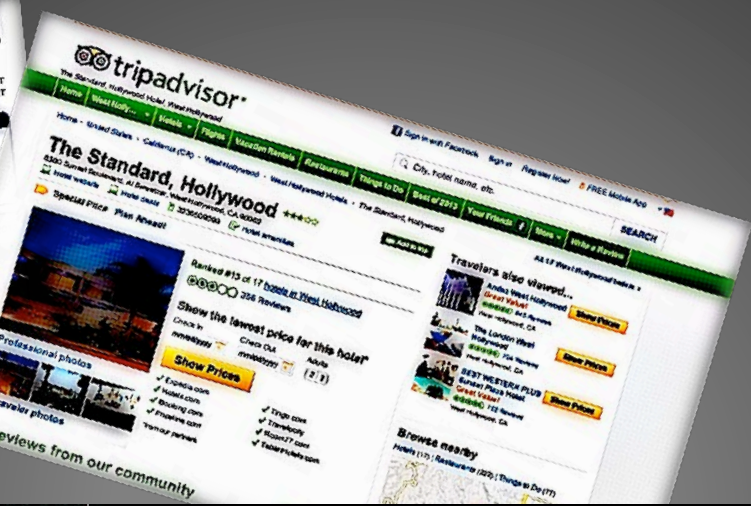
BRAND

PROSUMER

TALKS
KNOWS

TALKS MORE
KNOWS MORE

DIETMAR DAHMEN



BRAND

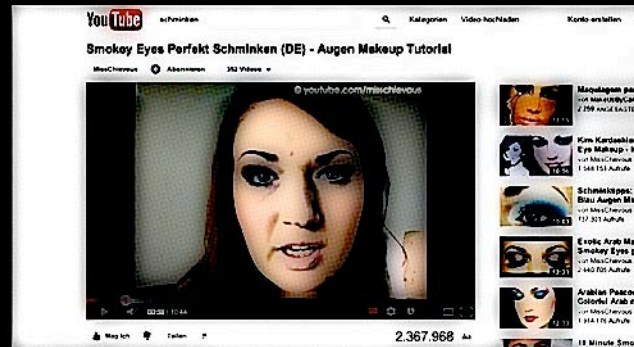
PROSUMER

**TALKS
KNOWS
SELLS**

**TALKS MORE
KNOWS MORE
SELLS MORE**

DIETMAR DAHMEN

92% TRUST PEOPLE



DIETMAR DAHMEN

**IHR KUNDE HAT MEHR MACHT ALS SIE!
47% IHRER KUNDEN TRAUEN WERBUNG
92% IHRER KUNDEN TRAUEN ANDEREN MENSCHEN**

WO ERWARTEN WIR
CONNECTIVITY?

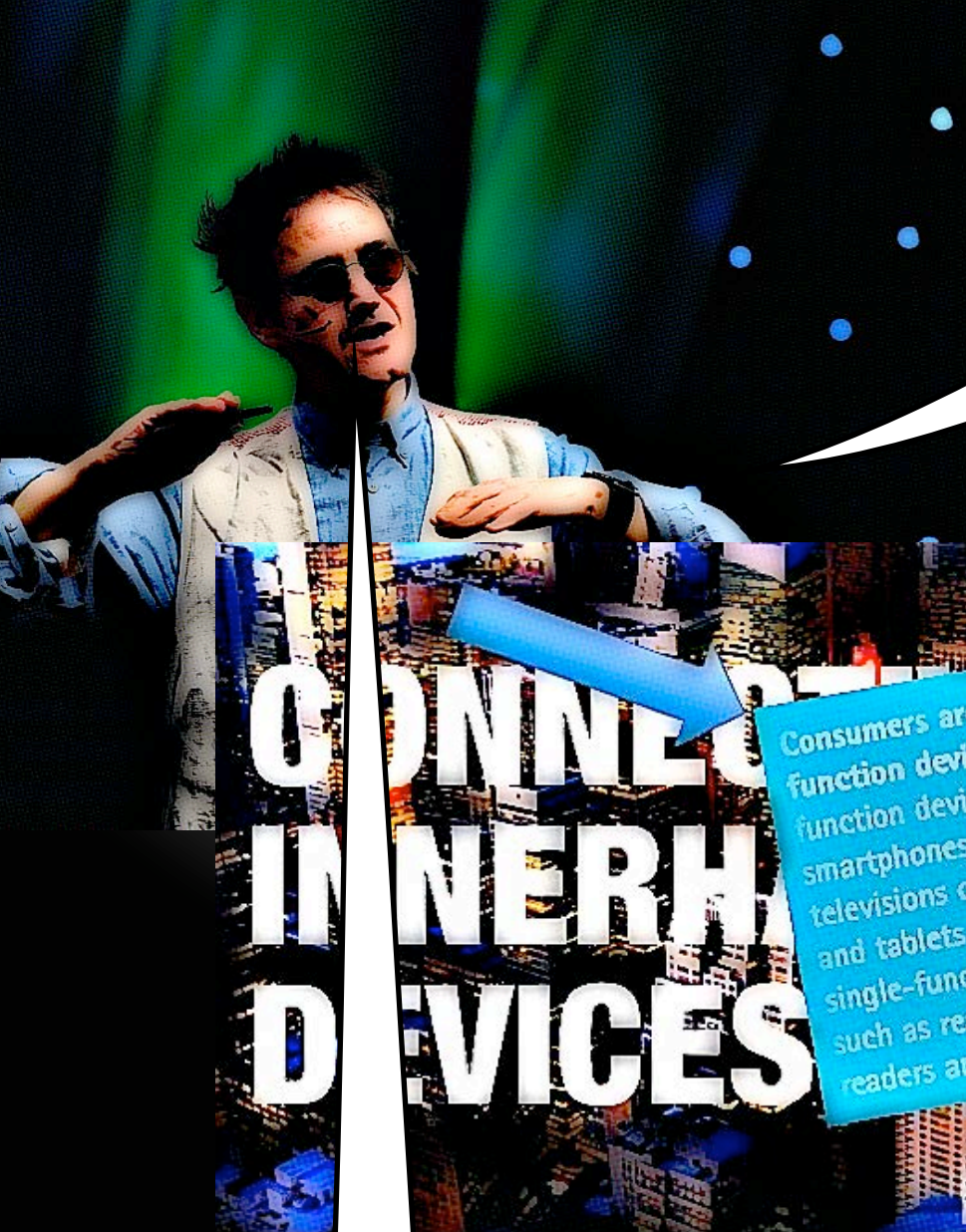
ÜBERALL!

WIR ERWARTEN
CONNECTIVITY ZWISCHEN
DEN DEVICES



DIETMAR DAHMEN

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013



WIR ERWARTEN CONNECTIVITY INNERHALB DER DEVICES

CONNECTED INNERHALB DER DEVICES

Consumers are focusing on fewer, multiple-function devices. Purchase intentions for single-function devices are flattening or declining as smartphones, tablets, PCs and high-definition televisions climb at double-digit rates. Smartphones and tablets are accelerating the demise of most single-function devices as consumers shift activities such as reading and watching movies from eBook readers and DVD players to their multi-use devices.

2013 Accenture Consumer Electronics Products and Service Usage Report

DIETMAR DAHMEN

WIR ERWARTEN CONNECTIVITY OHNE DEVICES



DIETMAR DAHMEN



DIETMAR DAHMEN



MYO

DIETMAR DAHMEN

THE IPHONE WILL BE KNOWN AS THE FATHER OF SIRI



DIETMAR DAHMEN

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013



WIR ERWARTEN CONNECTIVITY MIT EMOTIONEN



NECO MIMI

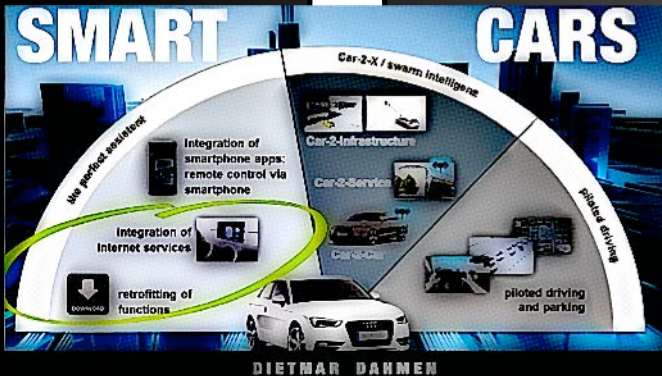
DIETMAR DAHMEN

TRANSPARENTE EMOTIONEN



DIETMAR DAHMEN

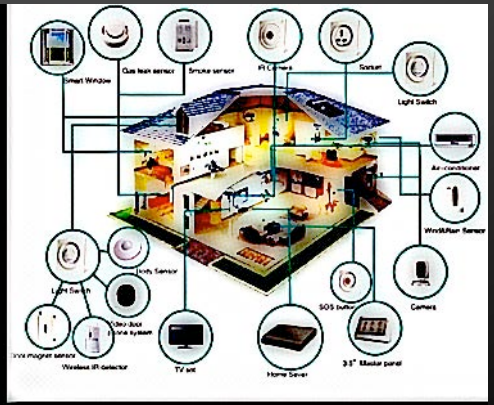
WIR ERWARTEN CONNECTIVITY MIT OBJEKTEN.



DIETMAR DAHMEN

WIR ERWARTEN CONNECTIVITY MIT UNS UND UNSEREM LEBENTIERFUTTER WIRD JE NACH BEWEGUNG OPTIMIERT. SELBST BEI MCDONALDS KANN MAN SICH DAS ESSEN JE NACH KALORIENVERBRAUCH EMPFEHLEN LASSEN,

SMART HOMES



DIETMAR DAHMEN



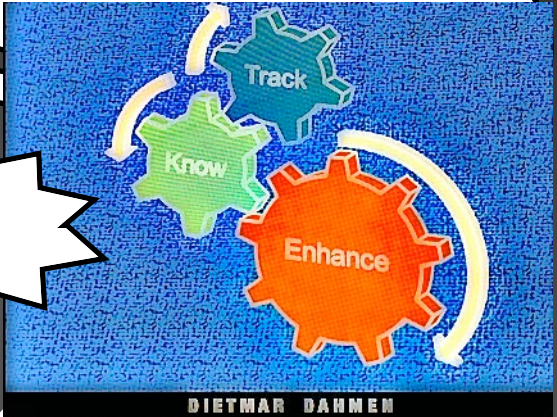
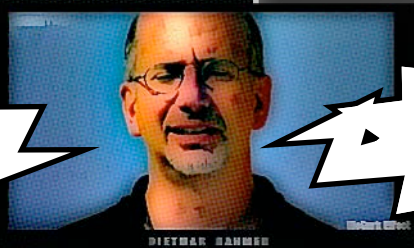
CONN UNS

DIETMAR DAHMEN

ALL RIGHTS RESERVED: DIETMAR DAMEN 2013

WIR SIND SOGAR IN UNS SELBST VERNETZT! ERINNERN SIE DEN MCGURK EFFEKT!

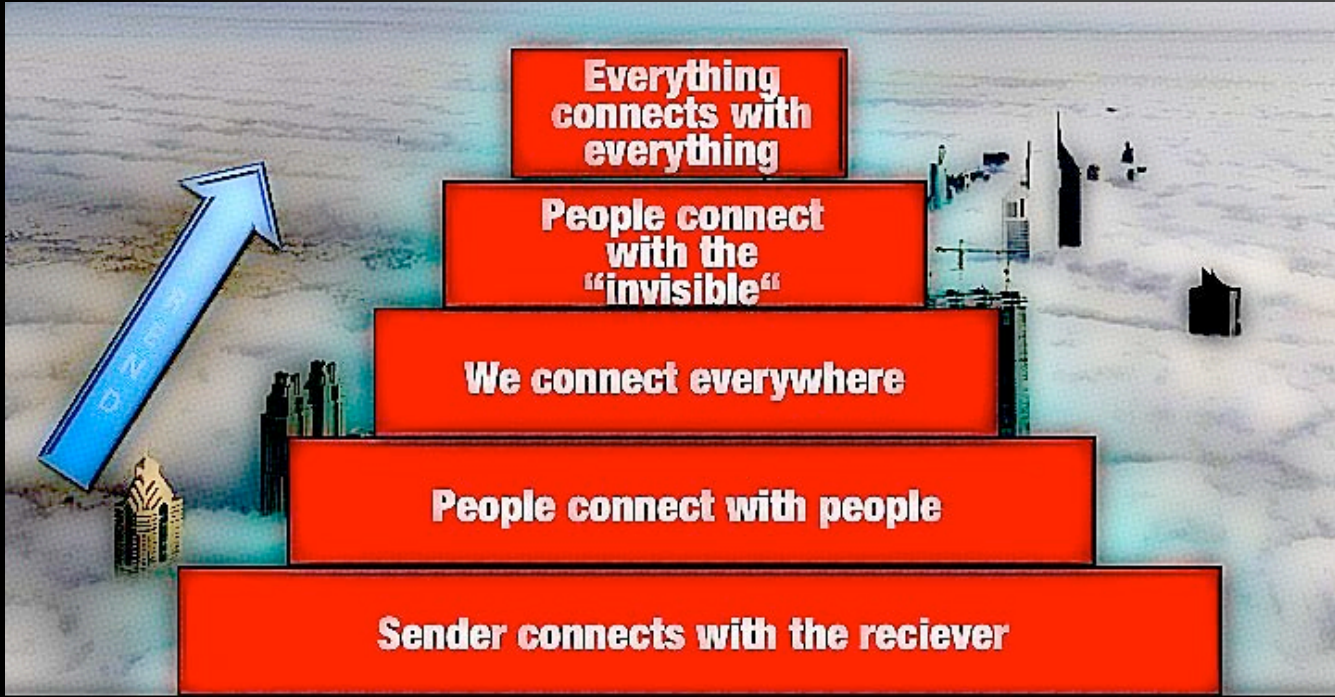
DAS BRINGT UNS ZUR PYRAMIDE DER CONNECTIVITY! DIESER TREND PASSIERT! MIT... ODER OHNE UNS! DAS LEBEN IN INSELN IST VORBEI. BIG DATA IS HERE TO STAY!



BA BA

FA FA

CONNECTIVITY = FORTSCHRITT



DIETMAR DAHMEN

FORTSCHRITT IST NICHT WIE SCHLAU MAN IST, SONDERN WIE CONNECTED MAN IST.

DANKE

DIETMAR DAHMEN

WWW.DIETMARDAHMEN.COM

DD@DIETMARDAHMEN.COM

OVER 20 YEARS OF ADVERTISING IN HAMBURG, LOS ANGELES, MUNICH, NEW YORK, VIENNA, BERLIN.

DIETMAR DAHMEN STARTED OUT AS A STRATEGIC PLANNER, AND LATER MOVED ON TO BECOME A HIGHLY DECORATED CREATIVE. HE WAS CREATIVE DIRECTOR WITH DDB, EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR WITH OGIIVY, CHIEF CREATIVE OFFICER AND MANAGING DIRECTOR WITH BBDO. AS ONE OF EUROPE'S TOP EXPERTS ON DIGITAL BRANDING, MARKETING AND COMMUNICATION, TODAY DIETMAR IS A TRAINER, COACH AND CONSULTANT FOR CHANGE, FUTURE SUCCESS AND DIGITAL, VISIONARY MARKETING. HE IS CO-FOUNDER OF THE RADICALLY NEW ADVERTISING (AND GAMING) PLATFORM HELLOWINS TO BE LAUNCHED IN SEPTEMBER 2013 AND SINCE 2011 ALSO HOLDS THE POSITION OF CHIEF INNOVATION OFFICER WITH EXC.10.



DIETMAR ALSO TEACHES AT VARIOUS UNIVERSITIES, INCLUDING THE FILM-ACADEMY LUDWIGSBURG (WINNING 16 TIMES GOLD WITH HIS STUDENTS AT YDA, CANNES) AND EDCOM, THE EDUCATIONAL ARM OF THE EUROPEAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES.

HE IS A SOUGHT AFTER SPEAKER AND GIVES TALKS AND WORKSHOPS FROM SILICON VALLEY TO MOSCOW, FROM LONDON TO LOS ANGELES.

HE IS A MEMBER OF BOTH THE CREATIVE CLUB, AUSTRIA AND THE ART DIRECTORS CLUB, GERMANY.