

ZUKUNFT APOTHEKE



HALLO, MEIN NAME IST DIETMAR DAHMEN...

HEUTE MÖCHTE ICH IHNEN ZEIGEN, WAS DIE PHARMA INDUSTRIE VON ANDEREN MARKENARTIKLERN ALLES LERNEN KANN...



DIETMAR DAHMEN



DIETMAR DAHMEN

6 MILLIARDEN MOBILE PHONES

DIETMAR DAHMEN

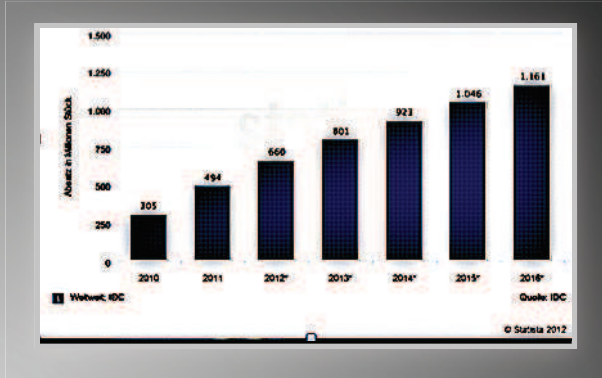
SPEED

NOCH NIE ZUVOR WURDE TECHNOLOGIE SO SCHNELL TEIL UNSERES LEBENS! FROM 0 TO 1 MRD. IN 8 JAHREN!

2.5 MRD. MEHR HANDIES ALS ZAHNBÜRSTEN*

*3.5 billion toothbrushes SOLD IN 2011

DIETMAR DAHMEN



DIETMAR DAHMEN ZUKUNFT APOTHEKE 19.11.2012

GENERATION CONNECTED

MOBILE VERÄNDERT UNSERE GESELLSCHAFT. UNSERE ART ZU ENTSCHEIDEN, UNSERE ART ZU KAUFEN. UND... UNSER MARKETING!

DIETMAR DAHMEN

GENERATION CONNECTED IST LEBENSSTIL

DIETMAR DAHMEN

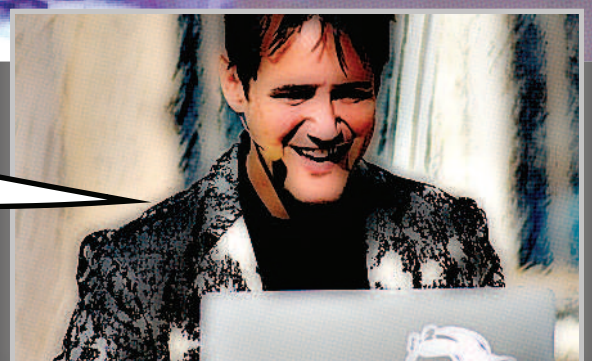


NIKE IST TEIL DIESER STRÖMUNG! AUSTAUSCHEN... KOMMUNIZIEREN...

DIETMAR DAHMEN

MOTIVATION BUILT IN

WAS IST MOTIVATION...?
NICHT DAS PRODUKT...SONDERN DAS ENDKUNDEN-BEDÜRFNIS...
WIR ERINNERN UNS AN DAS SCHWARZKOPF BEISPIEL! (VON DER 500ML FLASCHE ZUR "FESTAGSFRISUR"!)



DIETMAR DAHMEN ZUKUNFT APOTHEKE

WO FINDET
MOTIVATION STATT?- ÜBERALL!
HOLEN SIE IHRE KUNDEN BEI JEDEM
TOUCHPOINT AB. KENNEN SIE MUST
HAVES...NICE TO HAVES...UND WOWS!
MACHEN SIE KOMMUNIKATION, DIE
SICH ABHEBT! WERBUNG, DIE
BEKANNTHEIT GENERIERT!



[Kein Titel]

**BRAND =
FAME**

DIETMAR DAHMEN



SIR JOHN
HAGGERTY

TEST

WELCHES AUTO WÄHLEN SIE ?

AUTO 1

AUTO 2

CD-Player

CD-Player

Leder

Klima

Navigation

DIETMAR DAHMEN

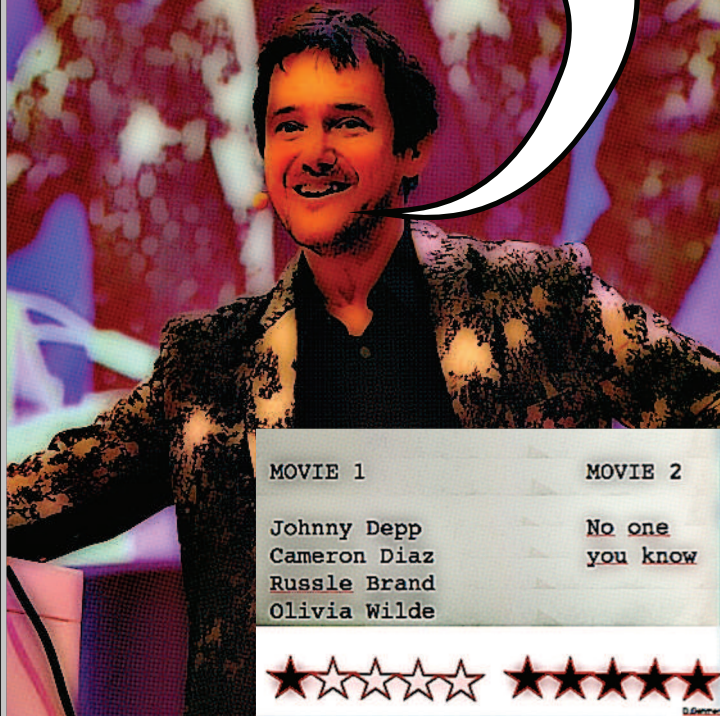


AUCH JA...AUTO 1
IST EIN PORSCHE
UND AUTO 2 EIN
LADA.

DAS IST DIE KRAFT
VON AD-VERTISING!

DIETMAR DAHMEN ZUKUNFT APOTHEKE 19.11.2012

AD-VERTISING
SCHIEBT
KOMMUNIKATION AN.
ABER: USE-VERTISING
MACHT DEN "DEAL". WIR
TRAUEN MENSCHEN, DIE DAS
PRODUKT KENNEN UND
SCHON VERWENDET
HABEN!



WIE KRIEGEN WIR
USE-VERTISING?
WIR MÜSSEN ES UNS
"VERDIENEN" (EARNED
MEDIA).

AM BESTEN DURCH
LEISTUNG "BEYOND
EXPECTATION!" WIR
MÜSSEN ERWARTUNGEN
ÜBER-ERFÜLLEN! DAS
GENERIERT WOW. UND
WOW HAT GENUG
KRAFT UM
WEITERERZÄHLEN
ZU KICKSTARTEN.

EXTRAWURST



DIETMAR DAHMEN

DAS BRINGT UNS ZUM 3. PUNKT! MY-VERTISING. DER KUNDE ALS MARKETING DEPT. DER KUNDE WIRD MEDIUM: WIR ERINNERN DIE "JASPER DAHMEN..." VIDEOS:...



LEUTE LIEBEN SICH SELBST

DIETMAR DAHMEN

DIETMAR DAHMEN ZUKUNFT APOTHEKE 19.11.2012

MARKENSEELE

"WE SELL A WAY OF LIFE - AND THE BIKE COMES FOR FREE."
(JEFFERY BLUESTEIN)



DIETMAR DAHMEN

ENTFERNE
DAS
PRODUKT



DIETMAR DAHMEN

HARLEY
IST KEIN
MOTOR
RAD



DIETMAR DAHMEN



**MARKENSEELE
WIRD
MARKENSERVICE**

FINDEN SIE DIE SEELE DER
MARKE...DIE EIGENTLICHE LEISTUNG!
DENKEN SIE AUSSERHALB DER
PHYSIKALISCHEN /CHEMICALISCHEN
EIGENSCHAFTEN!

**IN OUR
STORES
WE SELL
HOPE**



DIETMAR DAHMEN

**SACHEN ÜBERALL
DABEI
HABEN**



DIETMAR DAHMEN

**DENKE
AUSSERHALB
DER
PHYSISCHEN
PRODUKTE!**



DIETMAR DAHMEN

**THE BRAND IS
WHAT'S LEFT
AFTER THE
FACTORY
BURNED DOWN.**



DIETMAR DAHMEN

DIETMAR DAHMEN ZUKUNFT APOTHEKE 19.11.2012

**MACHE KEINE
WERBUNG FÜR
EMPFANGER.**



DIETMAR DAHMEN

WO ENTDECKEN UNSERE KUNDEN...??

MEIST ONLINE!

WAS PASSIERT ONLINE?

SCHAUEN WIR MAL IN DIE GESCHICHTE...

**MACHE
WERBUNG FÜR
ENTDECKER.**



DIETMAR DAHMEN

WEB 1.0 IST
NOCH KÖNIG.
ABER ES GIBT
PROBLEME!



WEB 1.0



**KNOWING
FINDING
SELECTING
RECEIVING**

DIETMAR DAHMEN

PROBLEM NO.1:

**IM WEB 1.0 MUSS
DU WISSEN WAS DU
SUCHST...**

DIETMAR DAHMEN

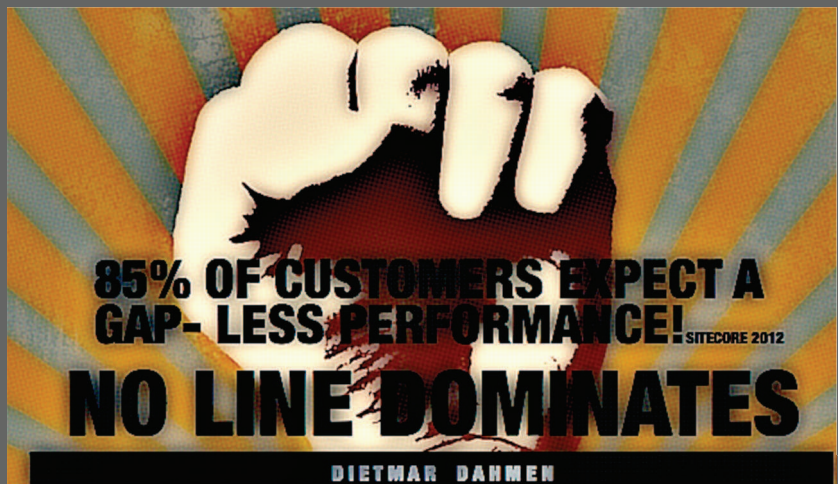


WAS IST EIN COOLES ZIMMER?



WIR MÜSSEN WISSEN, WAS UNSERE KUNDEN WOLLEN. UND ZWAR BEVOR ES IHNEN SELBST KLAR IST! DAS GEHT MIT DIGITALEN MITTELN GANZ GUT. WIR KENNEN DEN GESCHMACK DER KUNDEN... WAS SIE SICH ANSCHAUEN... WO SIE LEBEN... IM IDEALFALL SOGAR WELCHE PRODUKTE SIE EINGEKauft HABEN... DAS KÖNNEN WIR NUTZEN. WEBSITES MACHEN DAS. UND MOBILE GEHT DAS NATÜRLICH NOCH BESSER.

INDIVIDUALISIEREN SIE IHREN CONTENT! IHRE ANGEBOtE! DIE INHALTE, DIE SIE EINEM KUNDEN ZEIGEN! OFFLINE MACHEN SIE DAS EH... ONLINE GEHT DAS NOCH BESSER! SO SIND SIE RELEVANTER. PERSÖNLICHER! KEIN PRODUKT.. SONDERN EIN GUTER FREUND!! WICHTIG: KEINE TRENnung ZWISCHEN DEN MEDIEN. EIN ANRUF IST GENAU WIE EINE EMAIL ODER EIN PERSÖNLICHES GESPRÄCH. OPTIMIEREN UND VEREINIGEN SIE IHRE DATENBANK. BIETEN SIE APPS... NEWSLETTER... KUNDENKARTEN. MULTICHANNEL KUNDEN SIND STAMMKUNDEN (LAUFKUNDSCHAFT LÄD SICH KEINE APP HERUNTER!) UND STAMMKUNDEN GENERIEREN IM SCHNITT 3 X MEHR BUSINESS! SETZEN SIE AUF MULTICHANNEL! NO-LINE IST DAS STICHWORT!






IM WEB 2.0. GING ES DANN UM CREATING- BROADCASTING- CONNCTING- SHARING. FACEBOOK WAR DIE KILLER APP. ABER AUCH NIKE + UND JETZT NIKE + FUEL BAND SIND TYPISCHE WEB. 2.0 UMSETZUNGEN. WICHTIG: GENERATION CONNECTED IST NICHT EINFACH NUR "SOCIAL MEDIA"! SONDERN LEBENSSTIL!


CREATING BROADCASTING CONNECTING SHARING
DIETMAR DÄHMEN

WEB 3.0
UPGRADE INDIVIDUAL
DIETMAR DÄHMEN

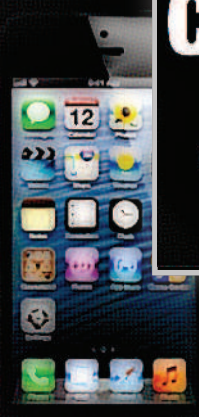


WEB 3.0. GIBT UNS AUGEN UND OHREN ÜBERALL. WIR WISSEN, WELCHE RESTAURANTS GUT SIND...WO DIE LIEGEN...OB SIE GERADE AUF HABEN. WIR WISSEN, WANN FLÜGE LANDE... WIE TEUER PRODUKTE WOANDERS SIND. APPS SIND HIER DER DRIVER! ALLES IST SEHR EINFACH ZU ERREICHEN! EINFACHHEIT IST KEY... KEINER WARTET LÄNGER ALS 8 SEK. AUF DIE LÖSUNG!

MENTAL AVAILABILITY

DIETMAR DÄHMEN

ACCESS COST

DIETMAR DÄHMEN

ÜBERALL



2011

„24 per cent of consumers are using smartphones to make in-store comparisons.“

EINFACH

DIETMAR DAHME



„28 percent of all accidents result from using a mobile phone.“

DIETMAR DAHME



LASS WEG!



RICH CONTENT

WHERE ~~the~~ MUPPETS PERFORM TO HEAL THE HURT

Consumers Engage with Business Videos Online

Because online videos are becoming more mainstream, consumers are becoming more willing to watch them to get the information they want.

8.5 out of 10

People may watch a video if it contains product information.

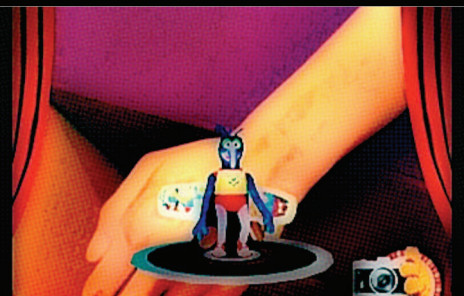
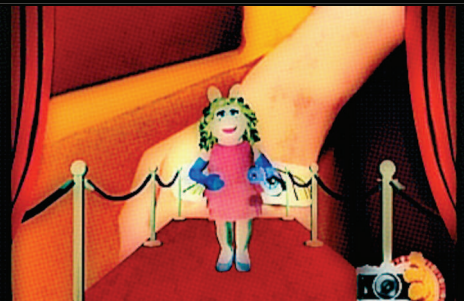


8.7 out of 10

People reported they may watch demonstrations of a product.



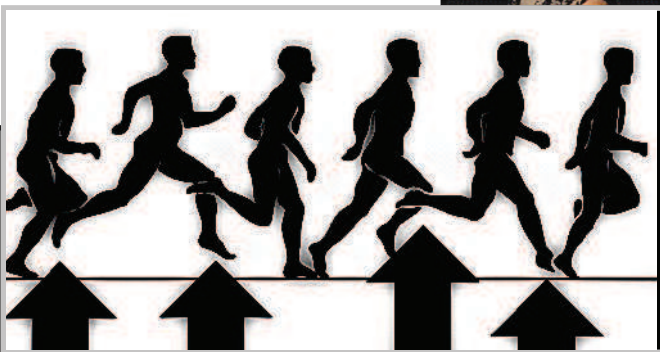
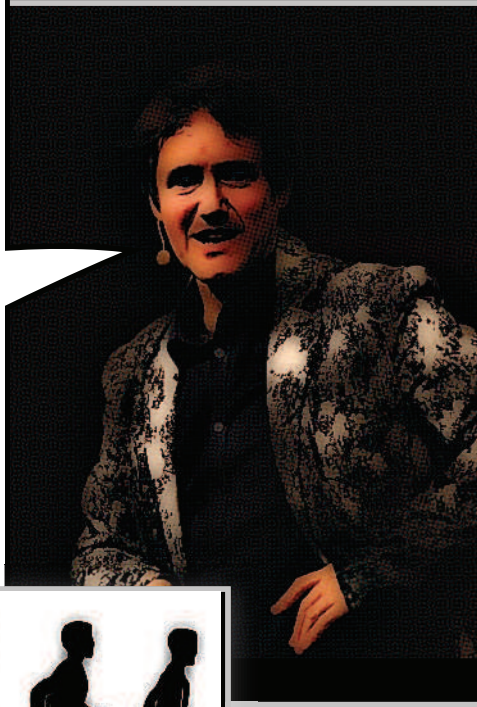
Percentage of respondents likely to watch each type of business video*



DIE ENTWICKLUNG RENNT.

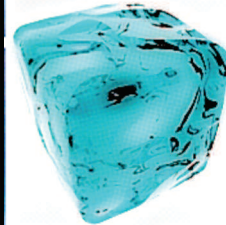
RENNEN HEISST: KEINE
BODENHAFTUNG!

ABER OFT HÄNGEN WIR AN
DER "BODENNÄHE".



1870:
DIE WELT
GEHÖRT
DER **DOSE**

DIETMAR DAHMEN



1920:
DIE WELT
GEHÖRT
DEM **EIS**

DIETMAR DAHMEN



1950:
DIE WELT
GEHÖRT DEM
KÜHLSCHRANK

DIETMAR DAHMEN

**WIE VIELE
DOSEN HERSTELLER
WURDEN
BLOCKEISLIEFERATEN?**

DIETMAR DAHMEN

**WIE VIELE
BLOCKEISLIEFERATEN
MÄCHTEN SPÄTER
KÜHLSCHRÄNKE?**

DIETMAR DAHMEN

0



DIE WELT IST IN BEWEGUNG. WIR MÜSSEN MIT...ODER WIR BLEIBEN ZURÜCK.



PLEITE
UND DAS IN DER „FOTO-ORIENTIERTESTEN“ ZEIT ÜBERHAUPT!!!!



DIETMAR DAHMEN



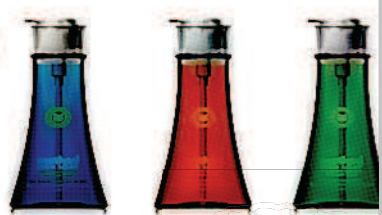
DIE FRAGE: "WARUM" PENETRIERT DEN STATUS QUO.
DIE FRAGE. "WARUM NICHT" BRINGT INNOVATION!

WARUM + 2%



WARUM NICHT

+ 3400%



DIES IST DAS HANDOUT ZU MEINEM VORTRAG FÜR INSPIRATO "ZUKUNFT APOTHEKE". ES IST EINE ERINNERUNGSSTÜTZE. WER NICHT DA WAR..WIRD DAS GGF. NICHT ALLES VERSTEHEN. SORRY.

DIETMAR DAHMEN ZUKUNFT APOTHEKE 19.11.2012

"WARUM NICHT" ERNEUERT DEN
MARKT.
UND GENAU DARUM GEHT ES
HEUTE!!!
WIE KÖNNEN WIR NEUE IMPULSE
SETZEN...NEUE KUNDEN , UND
NEUE ZIELE ERREICHEN.



WIE SOLLTEN WIR DENKEN?



DIETMAR DAHMEN

EINFACH

RELEVANT

MUTIG

INDIVIDUALISIERT

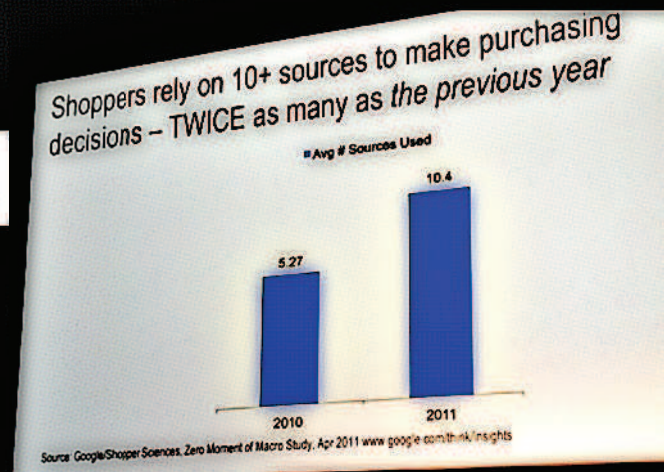
SERVICE
ORIENTIERT

SCHNELL

BONUS INFO:

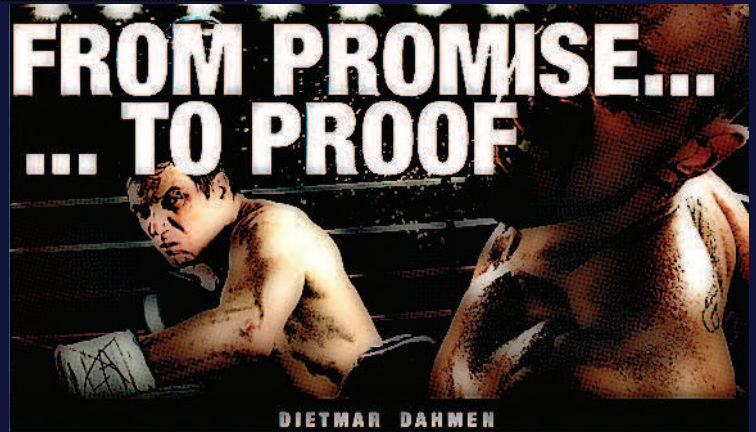
CONNECTED PEOPLE NUTZEN 10 + QUELLEN/ENTSCHEIDUNG

DIETMAR DAHMEN



SIE SIND NUR EINE DIESER QUELLEN! SORGEN SIE DAFÜR, DASS SIE ETWAS RELEVANTES ZU SAGEN HABEN! BIETEN SIE "FULL CUSTOMER JOURNEY" SERVICES.

BEISPIEL:
IMMER MEHR KRANKENHÄUSER IN NL SETZEN AUF DIGITALE SERVICES ALS DISCRIMINATING ADVANTAGE. APPS, DIE FREIGEgebenEN FREUNDEN UND VERWANDTEN SAGEN ..WANN EIN PATIENT AUS DER NARKOSE AUFWACHT...WAS ER DANN ESSEN DARF...OB MAN BLUMEN MITBRINGEN KANN...WANN ANDERE LEUTE IHN BESUCHEN KOMMEN... WIE LANGE ER/SIE BESUCHT WERDEN MÖCHTE... BIS HIN ZUM AUFFÜLLEN DES KÜHLSCHRANKES ZU HAUSE...WENN ER/SIE WIEDER ENTLASSEN WIRD. KRANKENHAUS ALS CUSTOMER JOURNEY!



DANKE

ALL RIGHTS RESEVERED DIETMAR DAHMEN 2012
DD@DIETMARDAHMEN.COM