

IT'S NICE TO MEET YOU.



KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE.

AUFGABE.

Erstellen eines Konzepts für die Einführungsvorbereitung und Einführung, des neuen Social Phone von Microsoft, in den deutschen Consumer-Markt.

Fokussiert auf **Social Network** Nutzern | Schwerpunkt bei der „**Digitalen Avantgarde**“ & den „**Digitale Profis**“ | Kommunikationsstrategie zur **Mobilisierung** der **Zielgruppe** | Aktivierung der **KIN Community**

PRODUKT.

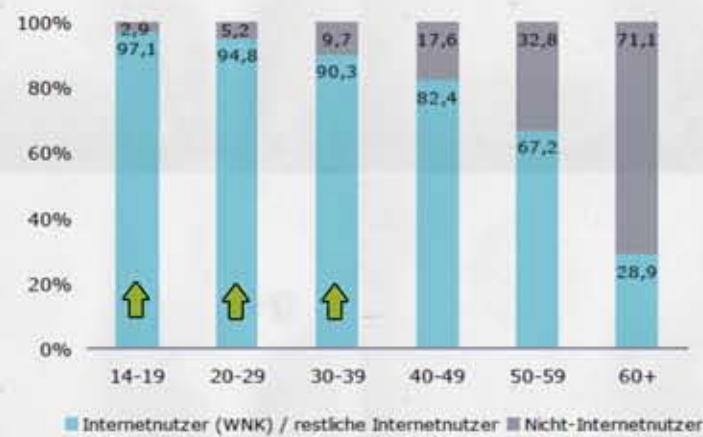
Das neue Mobiltelefon von Microsoft präsentiert sich nicht als Smartphone, sondern als **Social Phone**. Mit dem KIN will Microsoft ihr Produkt im Consumer-Segment platzieren. Es gibt zwei verschiedene Versionen - KIN One und KIN Two.



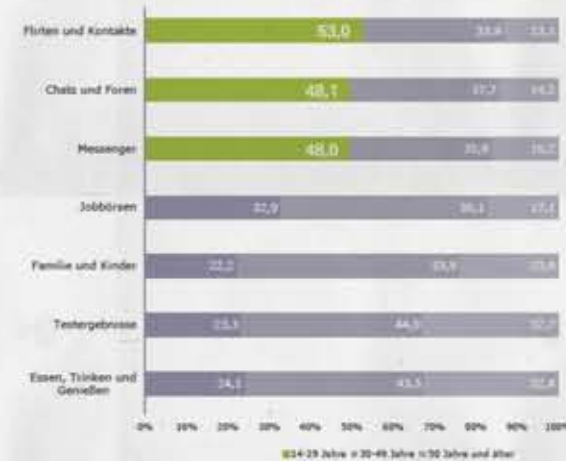
ANALYSE.

Markt.

Wer nutzt das Internet?



Für was wird das Internet verwendet?



Daher das Smart Phone gesamt auf Internetanwendungen basiert, wird der Internetmarkt analysiert. Der Grafik ist zu entnehmen, dass die Kernzielgruppe im Alter von **14 – 39** Jahre eine deutlich hohe Internet-Affinität mit bis zu **97,3 %** aufzeigt. Betrachtet man die nächste Grafik, in der die Altersverteilung in den verschiedenen Themenbereichen aufgezeigt wird, so ist auffällig, dass in den relevanten Bereichen, wie Flirten & Kontakte, Chats & Foren sowie Messenger, eine sehr junge Zielgruppe aktiv ist.

Zielgruppe.

Digitale Avantgarde.



- Durchschnittsalter 30,5 Jahre
- Erhöhter Männeranteil (60%)
- Hohe formale Bildung
- Vorwiegend berufstätig (74%)
- Leicht unterdurchschnittliches Haushaltseinkommen (52% verdienen unter 2.000 € pro Monat)
- Hoher Singleanteil (26 % leben in Ein-Personen-Haushalten)

Digitale Profis.



- Durchschnittsalter 36,1 Jahre
- Vorwiegend männlich (66%)
- Hohe formale Bildung (40% mit Hochschulabschluss)
- Hoher Anteil berufstätig (81%)
- Stark überdurchschnittliches Haushaltseinkommen
- Leben überwiegend in Partnerschaften oder in Familien

Teens and Twens.



- Alter zwischen 14 und 29 Jahren
- Durchschnittliches Bildungsniveau (65% Schüler und Studenten)
- Hohe Affinität zum Internet
- Kommunikation mit Freunden über Online-Communities
- Hohes Trendbewusstsein