

## ZIEL.

Aus der Analyse ergab sich folgende Zielsetzung:

- Aufmerksamkeit erregen
- Informationsbedarf decken
- Zielgruppe **aktivieren** & Community **generieren**

## Verkaufsförderung.

**1.** Um das neue Microsoft Phone Kin bekannt zu machen und gleichzeitig die potenziellen Käufer interagieren zu lassen, werden Stände am **POS** aufgestellt (Media Markt, Saturn, eigener Messestand auf DevCon). An diesem Stand haben die Kunden die Möglichkeit, an einer Magnetwand ihre **eigene Welt** mit diversen Icons darzustellen. Mittelpunkt dieser Welt ist das **eigene Gesicht**, welches durch ein vorgesehenes Loch an der Magnetwand durchgesteckt wird.

**2.** Nachdem der Kunde seine Welt, mit Hilfe der Icons dargestellt hat, wird ein **Foto**, mit dem neuen Microsoft Phone Kin erstellt, um den Kunden direkt auf die gute Qualität der Kamera im Handy aufmerksam zu machen. Im Anschluss daran werden die **Daten des Kunden** aufgenommen und sein Foto auf die Fan-Page des Microsoft Phone Kin's, auf Facebook, hochgeladen um am **Gewinnspiel** teilzunehmen.

**3.** Um die Teilnahme am Gewinnspiel zu bestätigen, muss der Kunde auf **Facebook Fan** vom neuen Microsoft Phone Kin werden und sich auf dem hochgeladenen Bild selbst verlinken. Bei diesem Gewinnspiel hat der Kunde die Möglichkeit durch **Votings**, dass am besten bewertete Bild zu erreichen, um so Preise zu gewinnen. Dies funktioniert indem der Kunde seine **Freunde** auffordert Fans von Kin zu werden, da es ihnen nur möglich ist ihren Freund zu bewerten, wenn sie Fans von Kin sind, zumal die Fan-Page als Nicht-Fan nur zu 50% sichtbar ist.

Sind die **Freunde des Kunden Fans von Kin**, können sie das hochgeladene Bild mit „Ich mag das“ bewerten und der Kunde sammelt einen weiteren „Ich mag das“-Punkt.

**Ziel dieses Gewinnspiels** ist es, am Ende der Gewinnspiellaufzeit am meisten „Ich mag das“-Punkte gesammelt zu haben.

Weil der Kunde gewinnen möchte, wird er noch weitere **Freunde, Bekannte** und **Freundes-Freunde** bitten Fan von Kin zu werden und für ihn zu voten. Dies hat den positiven **Effekt**, dass immer mehr Leute auf Kin aufmerksam werden, da Freunde in ihrem Freundeskreis Fans von Kin werden und sie dies als Benachrichtigung erhalten.

Will nun auch einer der anderen Freunde am Gewinnspiel teilnehmen, wird auf der Kin Fan-Page eine Rubrik „**Events**“ eingeführt. In dieser Rubrik finden die Nutzer **Eventdaten**, wann sich der Kin Fotostand und an welchen Orten befindet, sodass sie selbst ein kreatives Foto erstellen lassen können, um am Gewinnspiel teilzunehmen.

## Wirkungsablauf.



## Bildhafte Darstellung.

