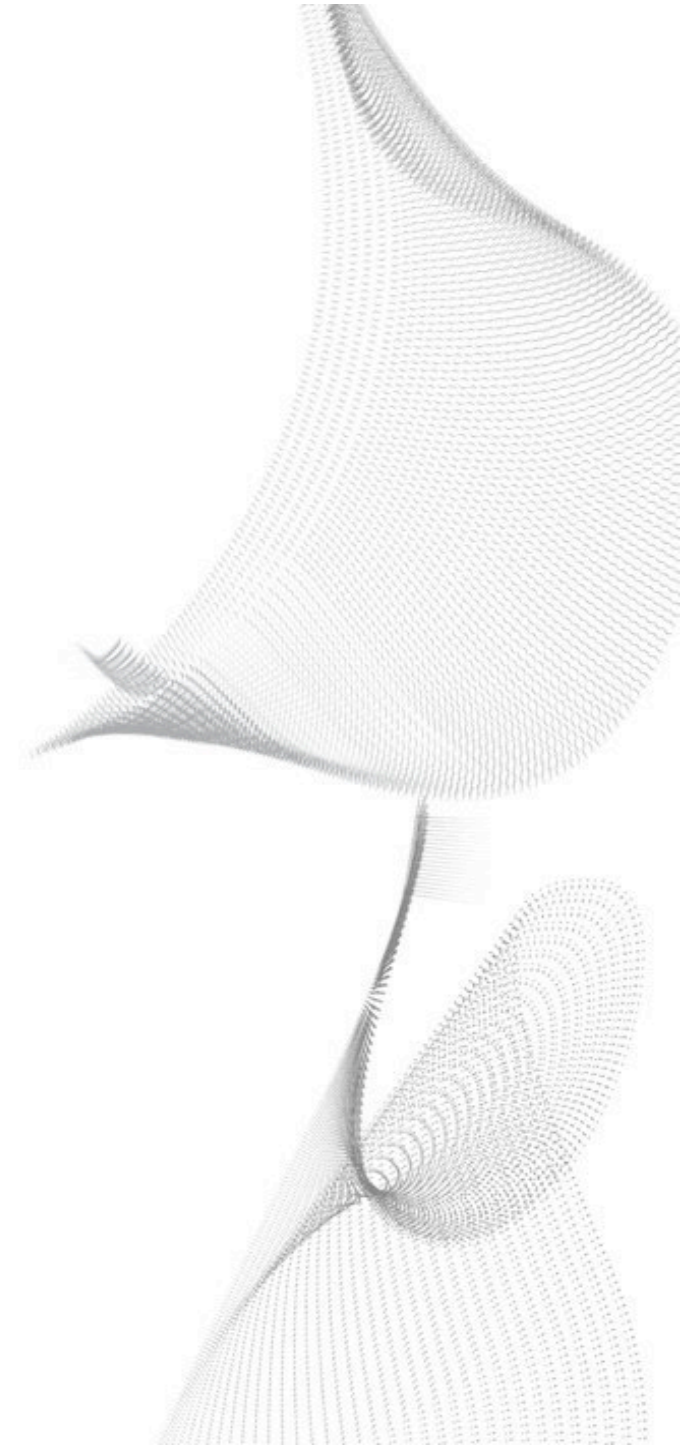


*Susanne Lämmer

Content-Strategie & Konzeption für relevante Kommunikation



Services

Content-Strategie & Konzeption

- > Web-Survey (Competitors, Influencer)
- > Content-Inventory
- > Informations- & Kommunikationsarchitektur
- > User-Journeys und -Experience
- > Themenfindung & Messaging
- > Kommunikations- & Style-Guidelines
- > Content-Lifecycle und -Workflow
- > Workshops, Präsentationen, Beratung

Content-Management

- > Redaktionsplanung und -betrieb (Social Web)
- > Maßnahmenentwicklung
- > Projektsteuerung
- > Content-Kuration
- > Content-QS
- > Monitoring (qualitativ)
- > ESEO
- > Linkuilding

Content-Entwicklung

- > Communities, Blogs, Intranet, Kampagnen,
- > Websites, Microsites, Newsletter, Online-Applikationen
- > Manuals, Case-Studies, Dokumentationen, Kunden-Magazine, Film
- > Messe, Ausstellung, Event
-

Referenzen

Branchen & Brands

IT (Hard-/Software, Netzwerke): Cisco Netzwerkinfrastruktur, SAP, IBM, Next

Telco, Internet: Cisco Kommunikationslösungen, T-Online, Arcor

Automotive: BMW, Toyota, ZF, Courland Automotive Practice

Reise, Verkehr: Deutsche Bahn, Lufthansa Flight Training

Druckindustrie: Heidelberger Druckmaschinen, Print Media Academy, MAN

Medien: Unterhaltung FOCUS, T-Online Musicload

Energie: ENTEGA

Spielwaren: Mattel (Barbie)

Mode, Textil: Salamander, Mewa Textilservice

Lebensmitteltechnologie: Tetra Pak

Einrichtung: IKEA

Agenturen

OgilvyOne, Frankfurt

BlueMars, Frankfurt

Die Firma, Wiesbaden

Atelier Markgraph, Frankfurt

Milla und Partner, Stuttgart

Generators Communication, Frankfurt

Signum Communication, Mannheim

Iconstorm, Frankfurt

Know-How

- > Elf Jahre Projekterfahrung in der integrierten Kommunikation für internationale Markenkunden
- > Erfahrung in Planung, Betrieb und Entwicklung von Communities
- > Strategisch-konzeptionelle Denke mit Sinn für's Wesentliche
- > Methodisch fundiertes und strukturiertes Arbeiten
- > Schnelle Einarbeitung in komplexe Themen und Fachgebiete
- > Kommunikation und Kooperation in interdisziplinären Teams sowie Teambuilding und -führung
- > Direkter Dialog mit Kunden: Prozessabstimmung, Workshops, Präsentationen
- > MS-Office, Keynote, Wordpress, Jira, Confluence, Versions/SVN, Axure/Visio, FastTrack Schedule
- > Englisch

Interessen

Viele: ... medienübergreifende Kommunikation, interdisziplinäres Teamwork, Content mit Substanz, komplexe Inhalte, durchdachte Idee und konzeptionelle Kohärenz, Social Web Trends, Soziale Bewegungen, Interaktion, Kollaboration und Dialog, Enterprise 2.0, Usability, gesellschaftliche und technologische Innovation und Evolution, Denken und Lernen, Architektur in virtuellen und realen Räumen, Soziologie, Philosophie, Politik, Zukunft der Arbeit, Kultur-Reisen, Design ...

Awards

ADC 10, 3 Auszeichnungen – „hej - die IKEA FAMILY Community“

iF Product Design Award, 06 – Messeauftritt Heidelberger Druckmaschinen „drupa 04“

Nominierung Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 06 – Messeauftritt Heidelberger Druckmaschinen „drupa 04“

Bronze, ADAM Award, 04, Kategorie Messe XXL über 1500 m² – Messeauftritt Heidelberger Druckmaschinen „drupa 04“

Gold, EVA Award, 01, Kategorie Exhibition Events – Messeauftritt YelloMiles International „GDS 02“

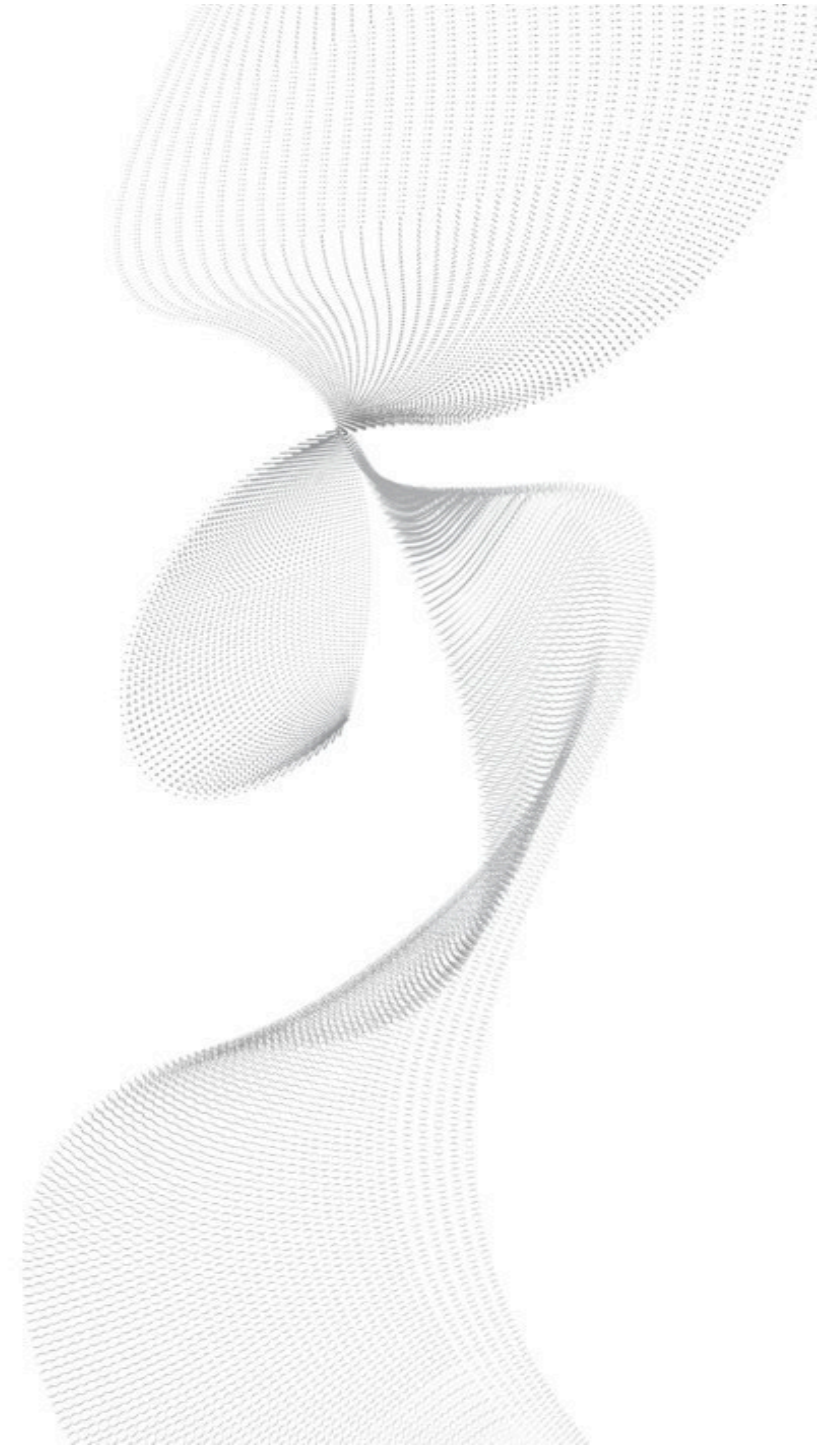
Silber, ADAM Award, 01, Kategorie Messebeteiligung 151 – 500 m² – Messeauftritt YelloMiles International „GDS 02“

Sonderpreis der Jury, ADAM, 01 – Messeauftritt Heidelberger Druckmaschinen AG „drupa 00“

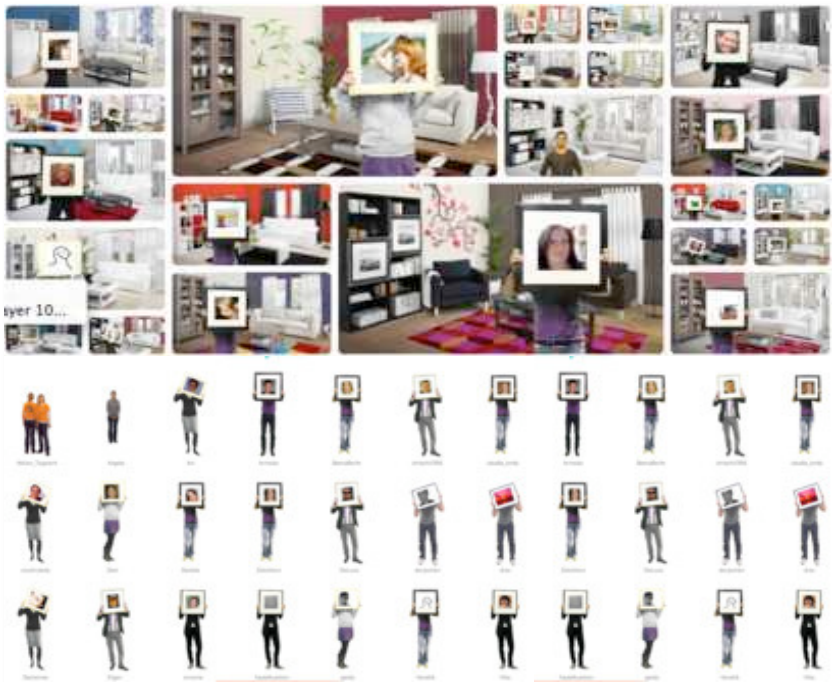
Beruflicher Background & Studium

- Seit Januar 10** Redaktionsleitung IKEA FAMILY Community (<http://www.hej-community.de/>) für IKEA/OgilvyOne GmbH, Frankfurt.
- 06 bis heute** Selbständig tätig als Online-Konzeptionerin und Content-Strategin für Online-Agenturen und eigene mittelständische Kunden.
- 02 bis 05** Konzeption, Content-Strategie/Redaktion und Text für Messe- und Ausstellungskommunikation bei Generators Communication, Frankfurt.
- 99 bis 02** Konzeption, Content-Strategie/Redaktion für Messe- und Ausstellung bei Atelier Markgraph, Frankfurt.
- 93 bis 99** Studium der Philosophie und Germanistik an der Universität Kassel studiert. Abschluss M.A. Philosophie (1,0).
- 89 bis 93** Studium der Architektur an der Universität Gesamthochschule Kassel begonnen mit Schwerpunkt Entwurf und Architekturtheorie.

Ausgewählte Projekte



hej, die IKEA FAMILY Community



Seite ansehen: <http://www.hej-community.de/>

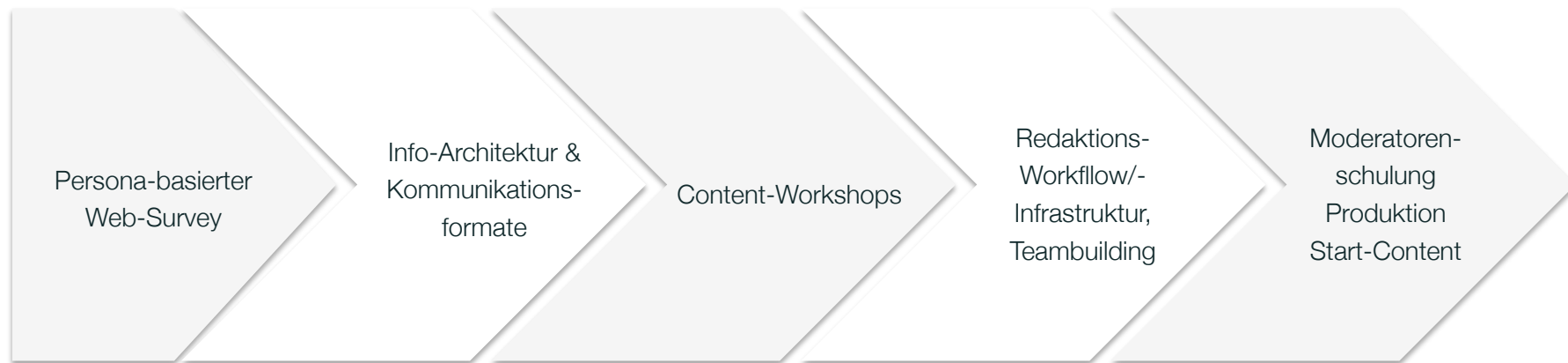
Kunde: IKEA, Agentur: OgilvyOne GmbH

Die IKEA FAMILY Community ist das Zuhause im Netz für potenziell sechs Millionen FAMILY Mitgliedern. Hier können sich Mitglieder virtuell einrichten, mit IKEA Fans und Mitarbeitern sowie Wohn- und Dekoenthusiasten vernetzen und im Forum miteinander austauschen. Die Community ging im Februar 2010 online. Nach achteinhalb Monaten Betrieb sind bereits 44.250 „Mitbewohner“ in die Community eingezogen.

Services:

- > Content-Strategie & Konzeption (Community-Building)
- > Konzept Entwickler-Blog
- > Community-Betrieb/Redaktionsplanung & -steuerung
- > Ausbau interne und externe Kommunikation
- > Moderatoren-Betreuung

hej, die IKEA FAMILY Community – Community-Building



Kunde: IKEA, Agentur: OgilvyOne GmbH, Services: Building der hej-Community in verschiedenen Phasen sowie Aufbau des redaktionellen Betriebs.

hej, die IKEA FAMILY Community – Redaktionsbetrieb

A U F G A B E N

Supply Foren-Content

- > Wettbewerbe, Gewinnspiele, Workshops, Aktionen mit Einrichtungshäusern, Forenpostings ...
- > Gäste: Interior Designer, Blogger, Experten ...



Kommunikation & Vernetzung

- > Facebook & Twitter
- > Blogger-Network
- > Newsletter
- > Teaser owned Media

Measurement & Analyse

- > Qualitativ: Scan Userinteresse an Aktionen & Inhalten
- > Quantitativ: Reflexion, Interpretation von Trackingdaten & Ableitung Maßnahmen

Moderatoren-Betreuung

- > Bereitstellung von Inhalten
- > Sprechstunden (Webex)
- > Moderatoren-Newsletter
- > Events



User-Support

- > Kommunikation mit Usern
- > Lösung mit IKEA Service, Technik

Kunde: IKEA, Agentur: OgilvyOne GmbH

Services: Redaktionsleitung mit Aufgabengebieten Konzeption, Planung, Umsetzung und Steuerung v, QS, Kundenkooperation und Teamführung seit 02/10.

hey, die IKEA FAMILY Community – Entwickler-Blog



Kunde: IKEA, Agentur: OgilvyOne GmbH

Das Blog ist Teil der Pre-Launchkommunikation. Es nimmt die Spur von IKEA Enthusiasten auf und führt sie in der Community zusammen.

Ziel intern: IKEA Mitarbeiter als aktive User/Contentlieferanten der Community gewinnen, Warm-Up im Web 2.0. Ziel extern: Aufbau Network mit IKEA affinen Bloggern, Linkbuilding und Seeding.

Services:

- > Idee & Content-Strategie
- > Blog-Profil
- > Kommunikatives Phasen-Konzept
- > Tonalität
- > Planung Betrieb

hej, die IKEA FAMILY Community – Kampagnenintegration

The image shows a screenshot of the IKEA FAMILY website and a diagram illustrating the user journey. The website screenshot features a navigation bar with 'IKEA FAMILY' and 'hej' buttons, and a main heading 'Hier wohnt die IKEA FAMILY. Komm rein!'. Below this, there are sections for 'Gleich einziehen!', 'IKEA FAMILY Mitglieder leben vorteilhaft', and 'Darum geht's im Forum'. The diagram below the screenshot shows a flowchart of the user journey, starting with 'User registriert sich' and leading through various steps to 'Erfolgreich registriert'.

Kunde: IKEA, Agentur: OgilvyOne GmbH

Mit der kommunikativen und technischen Integration von saisonalen „Endlich“-Kampagnen und weiteren IKEA Kampagnen, z.B. Katalog-Start, sollen Mitgliederzahlen erhöht und bestehende Usern durch inspirierende Informationen rund um Deko-, Einrichten und IKEA Produkte gebunden werden. Die Kampagne zum Katalog-Start zeigt, dass die Integration in Bezug auf diese Zielsetzungen erfolgreich ist.

Leistungen:

- > Content-Strategie zur kommunikativen Integration
- > Konzeption/User-Journey für integrativer Maßnahmen (z.B. Gewinnspiel)
- > Umsetzung von begleitenden Maßnahmen im Forum
- > Redaktionell Steuerung und Kooperation mit Partneragenturen

My Barbie – Online-Club



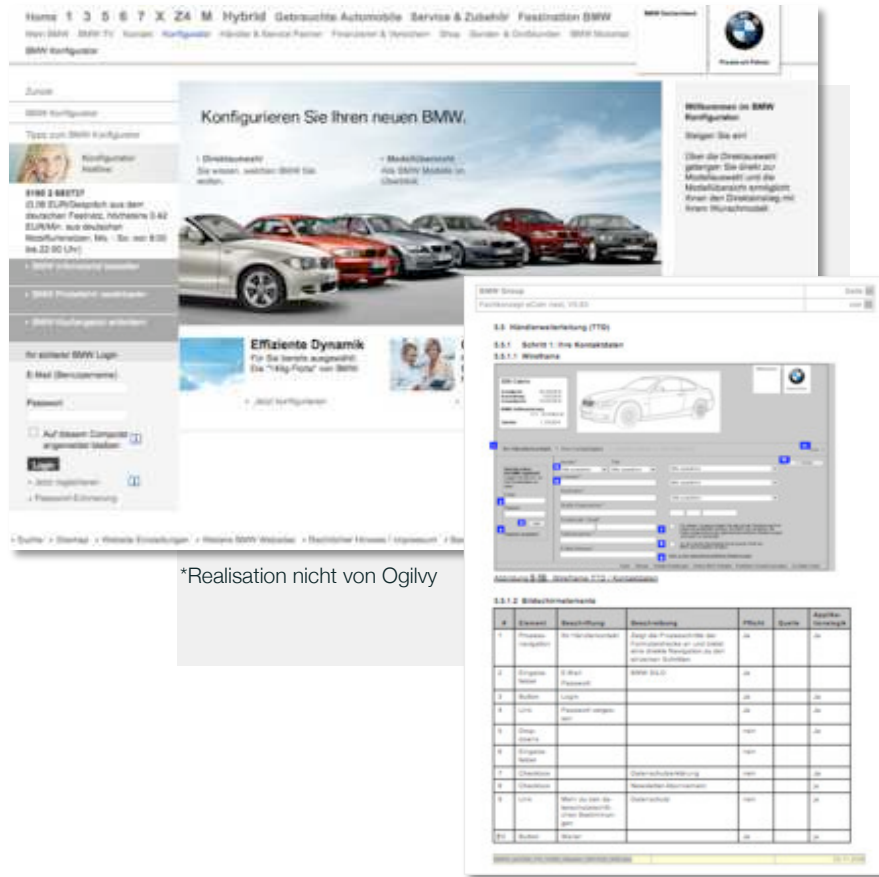
Kunde: Mattel, Agentur: OgilvyInteractive worldwide

Mit einem Online-Club will Mattel Mädchen von 5 bis 10 Jahren als Barbiefans und -käuferinnen zurückerobern. Die Mädchen sollen Barbie über relevante Themen, Spiele und Aktionen neu erleben und motiviert werden, Puppen und Lizenzprodukte zu kaufen.

Services:

- > Konzeptionelle & content-strategische Beratung
- > Informationsarchitektur
- > Grob- und Feinkonzeption von Spielen, Multimediaangeboten, Applikationen (Fotobuch, Englischkurs) und Community-Funktionen für registrierte Clubmitglieder

eCOM Next – BMW-Carkonfigurator



Kunde: BMW, Agentur: OgilvyInteractive worldwide

GUI-Entwicklung für den neuen BMW-Konfigurator eCOM next. Für die komplexe Online-Applikation mussten u.a. bestehende Kontaktstrecken (Probefahrt vereinbaren, Angebot bestellen, Händlersuche etc.) optimiert und sämtliche Navigationselemente und Texte zur Nutzerführung nach Usability Gesichtspunkten entwickelt werden.

Services:

- > Optimierung von Navigationswordings auf Basis von Uselab-Ergebnissen (Wireframes)
- > Fachkonzept für nutzerorientierte, modular aufgebaute Kontaktstrecken
- > Textentwicklung für User-Journey im Konfigurationsprozess inkl. Fehlermeldungen
- > Textoptimierung Navigation & Interaktionsflächen

OBT Mobilitäts-Manager – DB-Buchungsportal für Geschäftsreisen



Positionierung

Wireframe Startseite

Kunde: DB, Agentur: OgilvyInteractive worldwide

Markteinführung von Online Business Travel, einer neuen Plattform der Deutschen Bahn für die integrierte Buchung und das Travelmanagement von Geschäftsreisen. Die Website soll Funktionen, Nutzen und Vorteile von OBT vorstellen und Kunden zur Registrierung motivieren.

Services:

- > Positionierung der Marke in Abgrenzung zu www.bahn.de und Mitwettbewerbern
- > Grob- und Feinkonzept, Webseitestructur, Wireframes
- > Entwicklung Markenclaim, Content-Strategie und Text
- > Prüfung der Buchungsapplikation auf Nutzerfreundlichkeit
- > Vertriebspräsentation zum Friendly User Test

Seite ansehen: <http://www.obt.de/>

Virtueller Messebesuch – Microsite für Tetra Pak



Kunde: Tetra Pak, Agentur: OgilvyInteractive worldwide

Die Microsite soll Businesskunden im Vorfeld für den Tetra Pak Auftritt auf der Anuga Foodtec 2006 informieren und interessieren. Die Nutzer können sämtliche Bereiche des Messestandes online besuchen und sich einen Überblick über die dort ausgestellten Maschinen verschaffen.

Herausforderung: das komplexe und technologisch anspruchsvolle Produktportfolio einfach strukturieren und darstellen.

Services:

- > Konzeption, Informationsarchitektur
- > Content-Strategie und -Entwicklung
- > Text

Seite ansehen:

<http://www.ourwork.de/tetrapak/anuga2006/anuga2006/index.php>

IP now – IP-Kampagne Cisco

The image displays a digital interface for the Cisco 'IP now' campaign. At the top, it says 'welcome to the human network.' followed by the Cisco logo. Below this is a video player showing two men in a modern office environment. Underneath the video are two documents:

- Struktur Landingpage (Infoarchitektur):** A document showing a hierarchical structure of the landing page, with a handwritten signature 'ogilvy' at the bottom.
- Strategie - Content & Texte (Content-Strategie/Einzelseite):** A document detailing the content strategy and text for the landing page, also with a handwritten signature 'ogilvy' at the bottom.

Kunde: Cisco, Agentur: OgilvyInteractive worldwide

Die Online-Kampagne will mittelständische Unternehmen aufrütteln und davon überzeugen, dass sie mit einer IP-fähigen Infrastruktur von Cisco über eine intelligente Technologie schnell und effizient kommunizieren können. Ziel ist, Kunden zur direkten Kontaktaufnahme zu motivieren und für IP von Cisco zu argumentieren.

Services:

- > Grobkonzeption/Infoarchitektur
- > Umsetzungsideen Kampagnen-Landingpage
- > Content-Analyse bestehender Kommunikationsmittel
- > Content-Strategie

MEWA Textilservice – Customer Journey in 3-D)



Kunde: MEWA Textilservice

Agentur: OgilvyInteractive worldwide

Die virtuelle Customer-Journey durch den Betrieb macht unsichtbare Dienstleistungen sichtbar, indem sie die Menschen dahinter zeigt. Potenzielle Kunden schauen Mewa-Mitarbeitern bei ihrer Arbeit über die Schulter und lernen Schritt für Schritt Services und Vorteile von Mewa kennen.

Services:

- > Ideenentwicklung
- > Konzeption, Infoarchitektur
- > Content-Strategie und -Entwicklung

Drupa 2004 – Messeauftritt Heidelberger Druckmaschinen



Content-Strategie Ausstellungsarea (Ausschnitt)

Kunde: Heidelberger Druckmaschinen, Agentur: Generators Communication

Der Marktführer zeigt auf der drupa 2004 mit 7800 m² Messe die größte Druckerei der Welt. Zielgruppenspezifische Anwendungszentren, Präsentationen, Exponate und Präsentationen kompletter Workflows demonstrieren, was das Motto „Created with Passion. Made for Success“ auf den Punkt bringt: Heidelberg's Einsatz als Partner für den Erfolg der Kunden. Für einen effizienten und angenehmen Messeaufenthalt sorgen Leitsystem, Lounge und Länderbereiche. Entwicklungszeit gesamt: zwei Jahre.

Services:

- > Konzeption Gesamtkonzept, Vorfeldkommunikation,
- > Navigation/Leitsystem
- > Content-Recherche, -Strategie und -Entwicklung für einzelne Ausstellungsbereiche und interaktive Exponate
- > Umsetzungs- und Produktionsbegleitung

Auszeichnungen: Siehe Awards

Mehr Info: http://www.generators-communication.de/cms/front_content.php

Passion for Print – Unternehmensausstellung Heidelberger Druck



Fotos: Generators

Kunde: Heidelberger Druckmaschinen, Agentur: Generators Communication

Die Unternehmensausstellung „Passion for Print“ stellt die Potenziale des Printmediums ins Zentrum und inszeniert darüber die Stärke des Marktführers und der Druckindustrie. Große aufgeklappte Magazinseiten strukturieren die Ausstellung in drei Kapitel: 1. das Medium in seiner Wirkmacht, 2. die Menschen, die es machen, 3. die Maschinen, auf denen es gedruckt wird. Grafik, interaktive Exponate und Multimedia-Installationen machen die Ausstellung zum unterhaltenden Erlebnis.

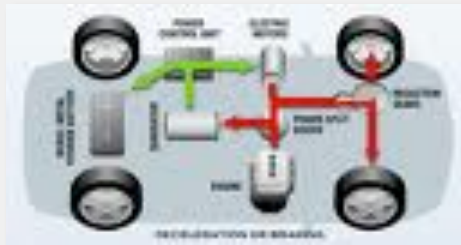
Services:

- > Gesamtkonzept Ausstellung
- > Content-Recherche und -Entwicklung
- > Umsetzungsplanung

Mehr Info:

http://www.generators-communication.de/cms/front_content.php?idcatart=516

Hybrid Power – Toyota Prius IAA 03



Exponat (oben) & HSD-Technologie

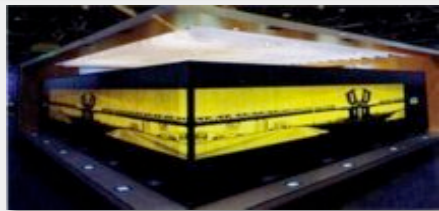
Kunde: Toyota, Agentur: Generators Communication

„Synergie sehen“ ist der konzeptionelle Grundgedanke der Inszenierung. Das Exponat visualisiert die Energieflüsse zwischen Elektro- und Benzinmotor sowie der Batterie in verschiedenen Fahrzuständen und macht so auf anschauliche Art die Funktionsweise der Hybrid-Synergy-Drive-Technologie (HSD) klar.

Services:

- > Konzeption, Idee
- > Content-Recherche und -Entwicklung
- > Text, Redaktion

Showtime für Schuhe – Markenpremiere für YelloMiles, GDS 01



Kunde: YelloMiles (Salamander), Agentur: Atelier Markgraph

Die Gesamtszenographie aus Architektur, Live-Performance und Medienbespielung schafft einen kommunikativen Kontext, in dem sich das YelloMiles Image erlebnishaft verdichten kann. Die aufmerksamkeitsstarke Bespielung der Standfassade mit einer Filmcollage aus grafischen Markenelementen und realen Großstadtbildern zieht die Zuschauer ins Innere des Standes. Konzeptioneller Fokus ist das Produkt als Held: YelloMiles, der Schuh für das urbane Abenteuer. Die adäquate Umsetzung: eine Tanzperformance. Auf der kniehohen Bühne werden die Asphaltabenteuer der YelloMiles tänzerisch in Szene gesetzt.

Services:

- > Konzeption
- > Idee Präsentationsformat
- > Film-Dokumentation

Auszeichnungen: siehe Awards

Drupa 2004 – Messemanual



Kunde: Heidelberger Druckmaschinen AG

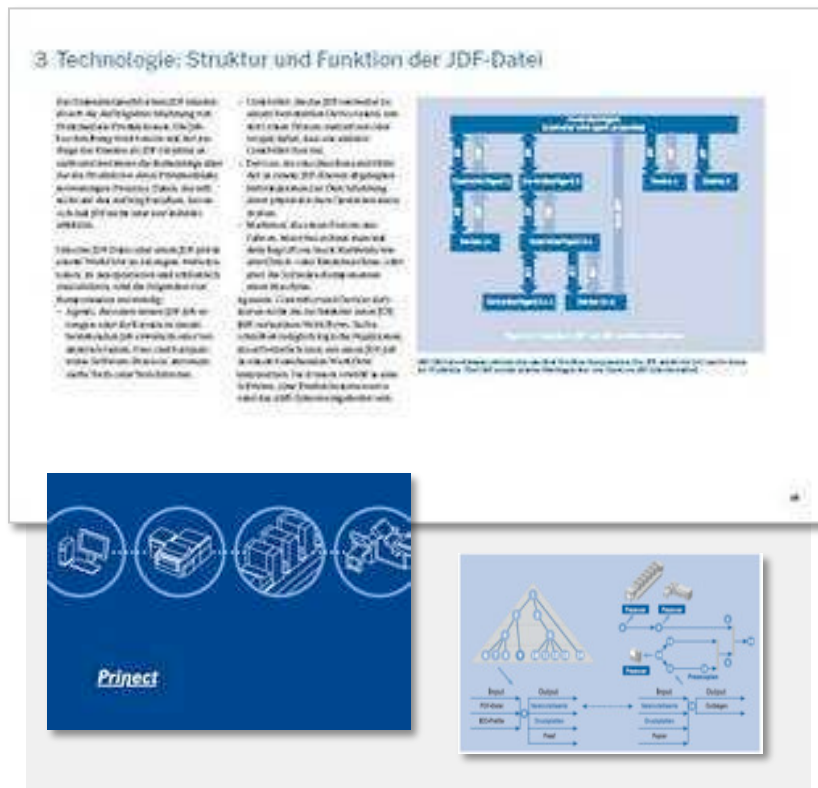
Agentur: Generators Communication

Die zweibändige Drupa Toolbox mit CD/DVD-Kompilium dokumentiert den Messeauftritt der Heidelberger Druckmaschinen AG von der Marketingstrategie, über Konzeption, Umsetzung und Organisation bis zum fertigen Stand. Texte und Materialien wie finales Artwork, Drehbücher, Architekturpläne, Filme etc. helfen den Märkten bei der konkreten Implementierung der Richtlinien für ihre eigenen Messen.

Services:

- > Konzeption
- > Infostruktur
- > Content-Sammlung und -Entwicklung

Vernetzt drucken mit JDF – Fachbroschüre für Drucker



Kunde: Heidelberger Druckmaschinen AG

Die 30-seitige Broschüre aus der Reihe Fachwissen führt Drucker praxisnah an das Thema Vernetzung heran. Neben der Darstellung von Vorteilen der Vernetzung für verschiedene Abschnitte der Printmedienproduktion werden konkrete Tipps für Vernetzungsprojekte gegeben und technische Hintergründe verständlich erklärt.

Services:

- > Recherche Content
- > Inhaltliches Konzeption/Struktur
- > Text

Wissen für Personalentscheider – Dossier für Courland Automotive Practice



Kunde: Courland Automotive Practice, Kooperation: Birgit Hahn Design

Das Dossier AutoCoach beleuchtet Themen des Personalmanagements in der Automobilindustrie aus der Perspektive von Entscheidern für Personalentscheider – fachlich fundiert, praxisnah und mit aktuellem Bezug wie der Krise der Automobilindustrie. Das Dossier erscheint zweimal im Jahr.

Services:

- > Konzeption
- > Content-Strategie, Redaktion
- > Text

Download AutoCoach unter: <http://www.courland.com/en/insights/publications-a-brochures/101-autocoach>



Kontakt

Susanne Lämmer
Münchener Str. 23,
60329 Frankfurt am Main

Festnetz: +49 69 66965460,
Mobil: +49 173 9669175
Skype: sulaemmer
E-Mail: slaemmer@contentstrategie.de

Homepage: www.contentstrategie.de
Blog: www.Communityblogger.de