Vanessa Franke

Chancen und Risiken des Social-Media Marketings für die Fitnessbranche

Bachelorarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783346081889

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/507412

Vanessa Franke

Chancen und Risiken des Social-Media Marketings für die Fitnessbranche

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Deutsche Hochschule für
Prävention und Gesundheitsmanagement
Hermann Neuberger Sportschule 3
66123 Saarbrücken

Bachelor-Thesis

zur Erlangung des Grades

Bachelor of Arts

Titel der Abschlussarbeit:

Chancen und Risiken des Social-Media Marketings für die Fitnessbranche. Eine Untersuchung der Social-Media Strategien und Herleitung von Handlungsempfehlungen für die Fitness-Anlage Kieser Training mit Einbezug einer Kundenbedürfnisanalyse

Studiengang: Fitnessökonomie

eingereicht von

Name, Vorname: Franke,Vanessa

geboren am: 11.02.1996

Ort und Tag der Einreichung: Saarbrücken, 30.10.2018

Inhaltsverzeichnis

1 EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG 5

2 ZIELSETZUNG 6

3 GEGENWÄRTIGER KENNTNISSTAND 6

3.1 Web 2.0 7

3.2 Begriffsdefinitionen 7

3.2.1 Begriffsdefinition Marketing 7

3.2.2 Begriffsdefinition Online-Marketing 8

3.2.3 Begriffsdefinition Social Media 8

3.2.4 Begriffsdefinition Social Media Marketing 9

3.3 Aufbau einer Social Media Strategie 10

3.3.1 Einstieg in Social Media 10

3.3.1.1 Proaktiver Ansatz 10

3.3.1.2 Reaktiver Ansatz 10

3.3.1.3 Passiver Ansatz 10

3.3.2 Strategie definieren 11

3.3.3 Das POSM-Konzept 11

3.3.4 SMART-Ziele festlegen 11

3.3.5 Social-Media-Kanäle festlegen 12

3.4 Strategien des Social Media Marketings 12

3.4.1 Content-Strategie 12

3.4.2 Virales Marketing 13

3.4.3 Von One-to-many-Kommunikation zur Many-to-many-Kommunikation 14

3.4.4 Influencer Marketing 15

3.4.5 Social Media Monitoring 15

3.4.6 Online Reputation Management 16

3.5 Plattformen und Tools 17

3.5.1 Social Network am Beispiel Facebook 18

3.5.2 Videoplattform am Beispiel YouTube 19

3.5.3 Weblogs und Webforen 19

3.6 Kunde und Kundenbedürfnisse bei Kieser Training 20

3.7 IST-Zustand Internetnutzung 21

3.8 SWOT-ANALYSE 21

4 METHODIK 24

4.1 Stichprobe 24

4.2 Klassifizierung der Stichprobe (Merkmale, z.B. Alter und Geschlecht etc.) 25

4.3 Untersuchungsablauf 27

4.4 Untersuchungsdurchführung 28

4.4.1 Eingesetzte Untersuchungsmethode 28

4.4.2 Vorgehen bei der Datenerhebung 30

4.5 Datenauswertung 30

4.6 Statistik 31

5 ERGEBNISSE 32

5.1 Ergebnisse der SWOT-Analyse 33

5.2 Ergebnisse der Kundenbedürfnisanalyse bei Kieser Training Ludwigsburg 35

5.2.1 Trainingsziele der Kunden (Frage 3) 35

5.2.2 Erwartungen an die Trainer (Frage 5) 37

5.2.3 Erwartungen an das Angebot und die Betreuung (Frage 5) 39

5.2.4 Erwartungen an die Sauberkeit und Gestaltung (Frage 5) 41

5.2.5 Erwartungen an sonstige Rahmenbedingungen (Frage 5) 42

5.2.6 Übereinstimmung von Trainingsweise und Vorstellungen (Frage 4) 45

5.2.7 Zufriedenheit mit dem Studio (Frage 6) 46

5.2.8 Wahrscheinlichkeit einer Vertragsverlängerung (Frage 7) 47

6 DISKUSSION 48

6.1 Diskussion der Ergebnisse 48

6.2 Diskussion der Methodik 50

6.3 Handlungsempfehlungen für Kieser Trainings Ludwigsburg 51

7 ZUSAMMENFASSUNG 53

8 LITERATURVERZEICHNIS 54