

# DIGI.JOB.ID

## Unit 3 – Ressourcen

**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities



## Redaktionelle Informationen:

Diese Sammlung von Trainingsmaterialien wurde von der ERASMUS + Projektpartnerschaft [digi.job.id](http://digi.job.id) / [digijobid.eu](http://digijobid.eu) (Koordination BFI OÖ) entwickelt.

ENAIIP VENETO ist verantwortlich für die Entwicklung und Herausgabe dieser Unit.

Kontakt:

Berufsförderungsinstitut OÖ

Muldenstraße 5, 4020 Linz, Österreich

Tel. +43 732 6922-0, [service@bfi-ooe.at](mailto:service@bfi-ooe.at)



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



# Best Practice Beispiele des Online Marketing

## GOOGLE PLATFORM: Die Geschichte von Alec Brownstein

Alec war ein nur 28 Jahre alter Copywriter bei einer großen internationalen Werbeagentur, der nichts mehr wollte als bei einem „wirklich kreativen Kreativdirektor einer Werbeagentur“ zu arbeiten.

Da sich Brownstein "peinlich häufig" selbst googelte, nahm er an, dass die Kreativdirektoren das auch taten, und so entschied er sich die Namen seiner Lieblingskreativdirektoren auf Google AdWords zu kaufen.

"Jeder googelt sich selbst", erklärte Brownstein. "Selbst wenn sie es nicht zugeben."

Da Brownstein die einzige Person war die auf den Namen der fünf Kreativdirektoren, die er am meisten bewunderte, bot, war er in der Lage, die Top-Such Spots / "top search spots" für nur 15 Cent pro Klick zu bekommen. Jedes Mal, wenn jemand eine Suche nach einem der Namen der kreativen Direktoren durchführte, erschien die folgende Meldung am oberen Rand der Seite: "Hey, [Name des Kreativdirektors]: Dich selbst zu goooogeln [sic] macht eine Menge Spaß, mich Einzustellen macht auch Spaß, mit einem Link zu Brownsteins Webseite, alecbrownstein.com.

In den nächsten paar Monaten erhielt Brownstein Anrufe von allen Kreativdirektoren, dessen Namen er gekauft hatte, außer einem. Und schließlich, am Ende des Jahres, erhielt er ein Job Angebot von zwei: Scott Virtrone und Ian Reichen von Y & R New York.

**Die ganze Kampagne kostete ihm 6\$.**

Aber der Lohn für Brownsteins Kreativität hat dort nicht geendet. Er hat auch Auszeichnungen in der Kategorie der Eigenwerbung in zwei großen Werbepreis Shows erhalten, "The One Show" und "The Clios".

Link: [https://dl.dropboxusercontent.com/u/1426712/GOOGLE\\_JOB\\_EXPERIMENT.mov](https://dl.dropboxusercontent.com/u/1426712/GOOGLE_JOB_EXPERIMENT.mov)

# BLOG: Die modische Geschichte von Chiara Ferragni

Chiara Ferragni wurde 1987 in Cremona (Italien) geboren. Sie erbt die Leidenschaft für Mode und Fotografie von ihrer Mutter und schon als Teenager wurde sie in den ersten online Communities bekannt, wo sie Fotos teilte die sie mit ihren Freunden machte. 2009, als Blogs noch nicht das Phänomen der heutigen Tage waren, hat sie TheBlondSalad.com gestartet, um sich selbst auszudrücken und sich auf 360 Grad zu beziehen.

Sie machte ein Business aus ihrem Blog indem sie sich immer selbst treu blieb. Wenn Chiara ein Bild mag wird sie es posten, auch wenn jeder andere sagt, dass es furchtbar ist. Das ist es was sie so einzigartig und beliebt bei ihren Fans macht. Bevor sie ihre eigene Website machte, hat sie ihre Looks auf Flickr hochgeladen und auf Lookboo.nu, und hat darauf sehr viel positives Feedback bekommen. Das war die Zeit als sie entschied ihre eigene Website zu machen, 2009, und sie in ein Business zu verwandeln. Sie gründete es um 10 \$. Die meisten Blogger haben nicht die Absicht gehabt ihre Blogs als Business zu starten, aber Chiara tat es, sie versuchte von Anfang an so professionell wie möglich zu sein– ein weiterer Grund warum sie es in nur 5 Jahren so weit brachte.

„The Blonde Salad“ ist viel mehr als nur ein Blog heute, es ist eine wirkliche Quelle der Inspiration und Stil für Millionen von Menschen in Italien und rundum die Welt. Chiara Ferragni arbeitet heute mit den größten Modehäusern zusammen, sie erscheint in den meist gelesenen Magazinen, sie ist der Kreativdirektor ihrer Schuhlinie, die ausschließlich in Italien erzeugt wird, und sie wurde von Business of Fashion als eine der einflussreichsten Persönlichkeiten der internationalen Modewelt ernannt.

Mit mehr als 3 Millionen Instagram Anhänger/innen, Fans rundum die Welt, 14 Angestellte und 2015 einer Umsatzprognose von mehr als 9 Millionen Dollar, ist sie der Beweis, dass Bloggen wirklich eine gangbare Vollzeitbeschäftigung ist.

[Link: http://www.theblondesalad.com/](http://www.theblondesalad.com/)

# INTERAKTIVER LEBENS LAUF: Die kreative Geschichte von Robby Leonardi

Robby Leonardi ist ein multidisziplinärer Designer. Er macht Illustrationen, Grafisches-Design, Animation und Programmierung. Er ist auch ein Tech-Enthusiast und ein NBA-Fan. Er wollte immer eine "Interactive resume website" /Interaktive Lebenslauf Website haben, nachdem er eine gesehen hatte. Er entschied sich, es anzugehen, und begann seine eigene interaktive Lebenslauf Website zu erstellen. Er wollte einen einzigartigen Lebenslauf, so dass er sich von der Masse abheben würde. Er wollte auch einen lustigen Lebenslauf, da er es liebte Nutzer/innen zu unterhalten.

Nachdem er eine Weile darüber nachgedacht hatte, kam er auf die Idee, seinen Lebenslauf wie ein Videospiel aussehen zu lassen. Er hatte noch nie gesehen, dass jemand einen Lebenslauf und ein Spiel kombiniert, so würde seine Idee sehr einzigartig sein. Er kombiniert visuelle Elemente des Spiels und des Lebenslaufes um Informationen zu vereinfachen. Zuerst kombinierte er Spiel Feinde und Lebenslauf-Diagramme/Graphiken. Er positioniert Spiel Feinde nebeneinander, sodass sie wie Lebenslauf Balkendiagramme aussahen. Er entwarf auch Spiel Feinde um Lebenslauf Kreisdiagramme in ihrem Körper zu zeigen. Er sparte viele Räume und reduzierte die Bildelementnummer, so dass die Elemente einfacher aussahen. Er kombiniert auch Spiel-Niveaus und Lebenslauf Abschnitte. Er startete seine interaktive Lebenslauf Website am 10. Oktober 2013. Er aktualisiert seinen Status und twitterte/"tweeted" darüber. Dann reichte er seine Website bei mehreren Designwettbewerben ein. Die Dinge liefen noch ziemlich langsam für eine Woche, aber nicht danach. "Ich erinnere mich, ich wachte auf und flippte aus, als ich hunderte von neuen E-Mails in meinem Postfach sah. In einigen Anerkennungs-Websites gekennzeichnet zu sein hatte viel damit zu tun".

Auch die Posts und Kommentare von anderen Menschen auf sozialen News Websites haben dabei geholfen, die Neuigkeiten zu verbreiten. Kettenreaktionen in sozialen Medien sind schon groß genug geworden und haben auch eine erhebliche Wirkung gezeigt.

"Diese (Posts und Kommentare) haben mich sehr glücklich gemacht, bis ich sah, dass meine Website eines Tages nach unten ging. Es stellte sich heraus, dass mein Hosting-Unternehmen nicht mit dem enormen Verkehr/"Traffik" umgehen konnte. Ich bekam Panik, da ich mitten in einem Designwettbewerb steckte. Ich wechselte schnell zu einem anderen Hosting Unternehmen, und meine Website ging gleich wieder zum Business zurück. Der virale Effekt breitete sich noch weiter aus, und die Dinge wurden noch besser danach. News Medien sprechen über meine Website. Ich scheine in lokalen und internationalen Magazinen auf."

Link: <http://www.rleonardi.com/interactive-resume/>

## LINKEDIN: Die erfolgreiche Geschichte von Jess Ratty

LinkedIn Geschichte von Jess Ratty:

Ich bin von einer 16-jährigen Kellnerin zu einer 30-jährigen Unternehmerin und Markenkommunikationsmanagerin einer unglaublichen Crowdfunding Plattform geworden und ich hätte es nicht ohne die erstaunlichen Leute aus meinem LinkedIn Netzwerk machen können.

Aufgewachsen bin ich in Cornwall, im Süden von England. Von einem frühen Alter an, wusste ich, dass es dort war, wo ich hingehörte. Obwohl mein zu Hause eine kleine Stadt am Meer in Cornwall war, entwickelte ich einen brennenden Ehrgeiz zu beweisen, dass du, egal wo dein Standort ist, immer einen große Wirkung haben kannst, wo immer du auch bist.

Es war ein harter Weg, aber ich bin den Menschen um mich herum dankbar, dass sie es möglich gemacht haben. Zuerst war da mein Dad. Die Schule war nicht einfach: Ich glaube nicht, dass ich das coolste Kind war. Ich wollte einfach nur da raus und arbeiten. Ich erinnere mich daran, dass mein Vater sagte: "Tu, was du liebst". Du musst das nicht tun, wenn du es nicht willst." Es war unheimlich die formale Schulbildung mit 16 zu verlassen, aber den Rückhalt meines Vaters dabei zu haben, meinen Träumen zu folgen, bedeutete für mich die Welt. Ich fühlte, ich könnte das Unmögliche erreichen.

Als ich die Schule verließ, bewarb ich mich im Eden Projekt als Kellnerin zu arbeiten. Ich bekam den Job und zum ersten Mal überhaupt, fühlte ich mich sofort wie zu Hause. Ich liebte es. In den nächsten Jahren arbeitete ich mich nach oben in die PR und das Kommunikationsteam. Es war mein erster Schreibtisch-Job, der mit meinem ersten Schreibtisch kam. Ich war so stolz, dass ich ihn tatsächlich jede Abend polierte!

Aber das Beste an Eden war, dass es von inspirierenden Menschen platzte, und ich begann zu erkennen, dass ich selbst vielleicht anfangen könnte große Dinge zu erreichen. Mein Ehrgeiz mehr zu tun, selbst etwas zu besitzen, wuchs. Als ich schwanger wurde, hatte ich einen jetzt-oder-nie Moment. Mein Partner Ben und ich beschlossen, zwei Reisemobile zu kaufen, sie zu renovieren und zu vermieten - und so wurde die Cornwall Camper Gesellschaft geboren. Zugegeben, fielen sie prompt wie die Rostlauben die sie waren auseinander. Die Bank würde uns nicht helfen, und stattdessen schlugen sie vor, dass wir in Konkurs gingen. Es war kein guter Start!

Zum Glück kannte ich eine Menge Leute, die helfen wollten. Ich begann LinkedIn zu verwenden und mich mit allen erstaunlichen Menschen zu verbinden, die ich seit meiner Zeit im Eden getroffen hatte. Es schien eine gute Zeit zu sein um sich nach außen zu wenden. Wenn ich auf die Breite meiner Verbindungen schaue, haben sie Jahre und Jahre von Erfahrung mit sich. Sie gaben mir das Wissen, das ich brauchte, um ein erfolgreiches und nachhaltiges Geschäft zu führen - von der Buchhaltung zum Ersetzen der Motorteile. Schließlich bekamen wir unsere ersten zwei Camper ins Gehen und

Laufen. Dann wuchs das Geschäft und jetzt haben wir vier Camper auf der Straße und noch mehrere die kommen werden. Es sind die Leute in meinem Netzwerk, die mir geholfen haben, dorthin zu kommen wo ich heute stehe, und jetzt will ich diese Erfahrung nutzen um anderen dabei zu helfen, ihre eigenen Träumen zu erreichen. Mir wurde eine Stelle als der “Brand - Communications Manager” bei Crowdfunder, der führenden britische Crowdfunding Plattform angeboten, die Menschen dabei hilft, eigenen Ideen zu finanzieren.

Bei Crowdfunder haben wir seit dem Start im Jahr 2012 Millionen für Unternehmen, gemeinnützige Einrichtungen, soziale Unternehmen und Gemeinden eingebracht. Es ist einfach brillant für ein Unternehmen zu arbeiten, das mir eine echte Chance gibt, anderen zu helfen, die Finanzierung zu bekommen.

Mein Rat? Es geht darum raus zu gehen, Leute zu treffen und Beziehungen aufzubauen. Hinterlasse bleibende Eindrücke und Verbindungen, die zu zukünftigen Chancen führen. Das ist wo LinkedIn helfen kann.”

Link: <https://blog.linkedin.com/2014/09/19/small-town-big-impact-how-people-helped-get-me-here>

## Andere interessante Informationsquellen

Du kannst mehr Information über die in der Trainingseinheit eingeführten Themen in den folgenden Websites finden:

<https://www.privacyrights.org/node/1400>

<http://www.bestcolleges.com/resources/manage-your-online-reputation/>

<http://www.onlinereputation.com/the-dos-and-donts-of-reputation-management/>

<http://www.reputation.com/images/en/pp/reputationdefender/ReputationDefender-dos-donts.pdf>

<http://doughayassoc.com/managing-online-reputation-dos-donts/>

<https://www.reputationdefender.com/reputation/what-online-reputation>

## ... UND BITTE SEI WACHSAM!

Schau dir dieses Video an:

<https://www.youtube.com/watch?v=F7pYHN9iC9I>





*This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*