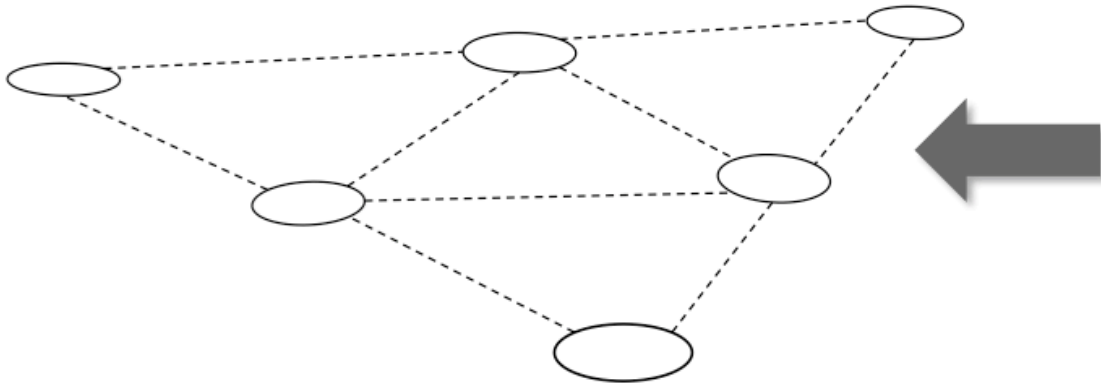


MAERSK LINE OG (ET RIDS AF) DEN DIGITALE FREMTID

Videncentret for Landbrug / @JonathanWich
/ Aarhus / 19.03.2014

Dengang i 1990'erne



Dengang i 1990'erne





Hvem er Maersk Line?

- Verdens største container shipping virksomhed
- 600 containerskibe & 2,2 millioner containere
- 150 lande, 325 kontorer & 25,000 ansatte
- Årlig omsætning: 27 milliarder USD



Før vi gik i gang

- En lyttetfase i 2-3 år.
- I kommunikationsafdelingen.
- Ikke et vedhæng, men tæt på forretningen.
- Insourcing frem for bureau.



ORCA SOCIAL

**In June 2012,
a Maersk Line
vessel hit a
whale**

Se filmen her: <http://vimeo.com/59990482>





THE NEXT STEP
**How to unlock
the full potential
of social media**

MAERSK LINE'S SOCIAL MEDIA STUDY 2012



MAERSK
LINE

Dollartegn og tårer

- Fra singulært til komplekst
- “Detrimental not to adapt”
- “Getting the culture on board”
- Lad os se fremad

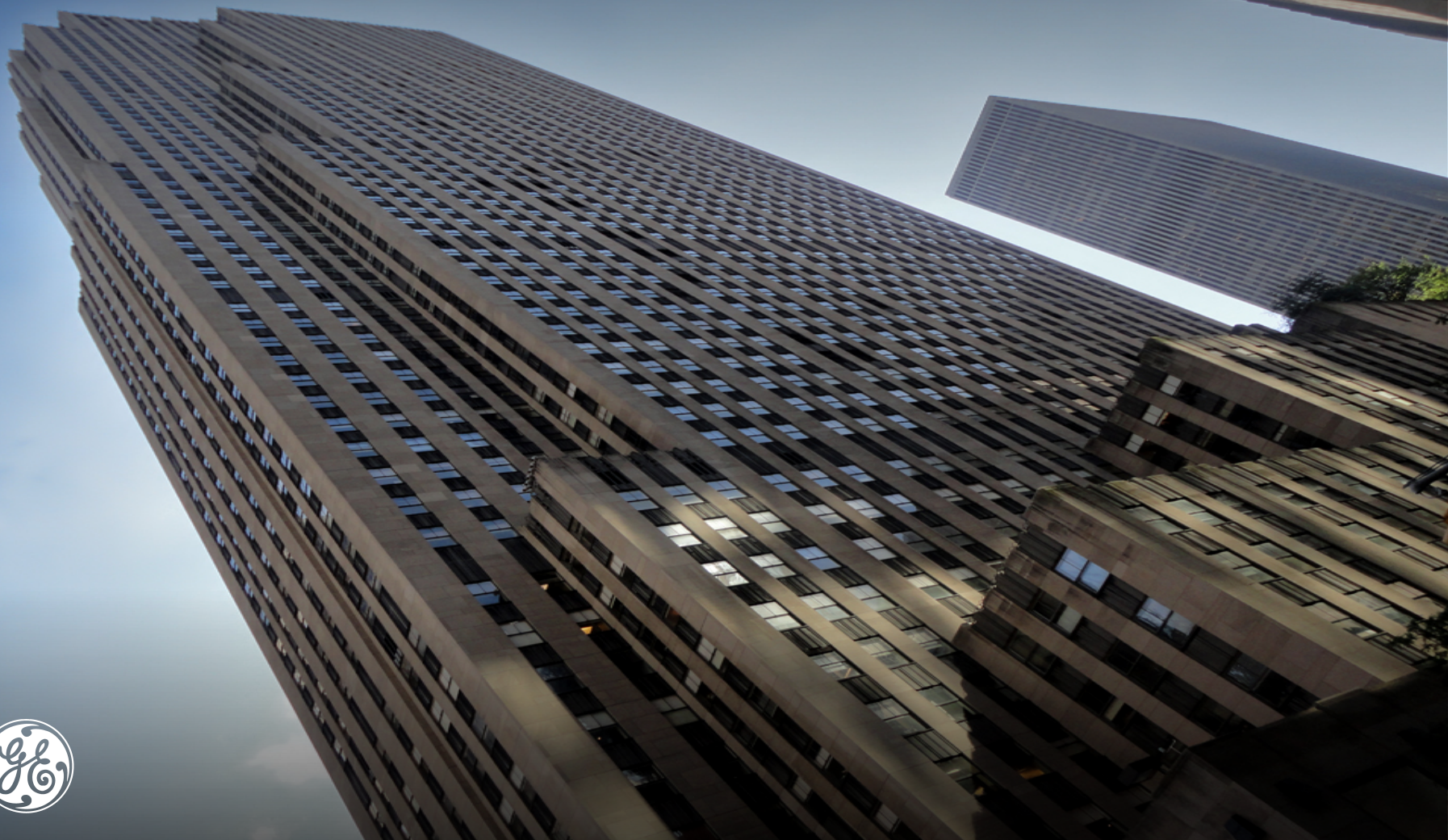


Dollartegn og tårer

- Facebook: En ROI på >1500%
- Twitter: 1 million USD?



ORCA SOCIAL



At hænge ud med McKinsey

- 10 områder hvor sociale
- Det største potentiale er
- 20-25% produktivitetstilvækst

Exhibit E3

Ten ways social technologies can add value in organizational functions within and across enterprises

Organizational functions			Across entire enterprise			
Product development	4	Derive customer insights ¹	Enterprise-wide levers (Social as organizational technology)	9	Use social technology to improve intra- or inter-organizational collaboration and communication	
	1	Co-create products				
Operations and distribution	2	Leverage social to forecast and monitor		10		Use social technology to match talent to tasks
	3	Use social to distribute business processes				
Marketing and sales	4	Derive customer insights				
	5	Use social technologies for marketing communication/interaction				
	6	Generate and foster sales leads				
	7	Social commerce				
Customer service	8	Provide customer care via social technologies				
Business support ²	Improve collaboration and communication; match talent to tasks ³					

1 Deriving customer insights for product development is included in customer insights (lever 4) under marketing and sales.
 2 Business support functions are corporate or administrative activities such as human resources or finance and accounting.
 3 Levers 9 and 10 apply to business support functions as they do across the other functional value areas.
 SOURCE: McKinsey Global Institute analysis

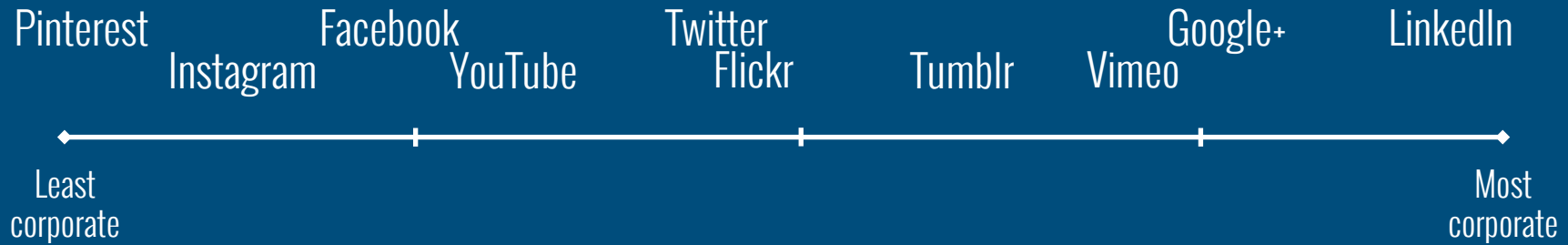
Kommunikation: De officielle kanaler

- Se, det er et spejl!
- Menneskeliggørelse
- Corporate media
- Lad være med at fremstille
- Det er som jazz
- “Lean is fun”



Se filmen her: <http://vimeo.com/62085613>

Mapping af platformene



LinkedIn
(groups)

Google+

EXPERTS

Chatter
(customer invite)

CUSTOMERS

Facebook
(local)

LinkedIn
(news, products)

Twitter

Maersk Line Social
Flickr

Vimeo

FANS

YouTube

Instagram

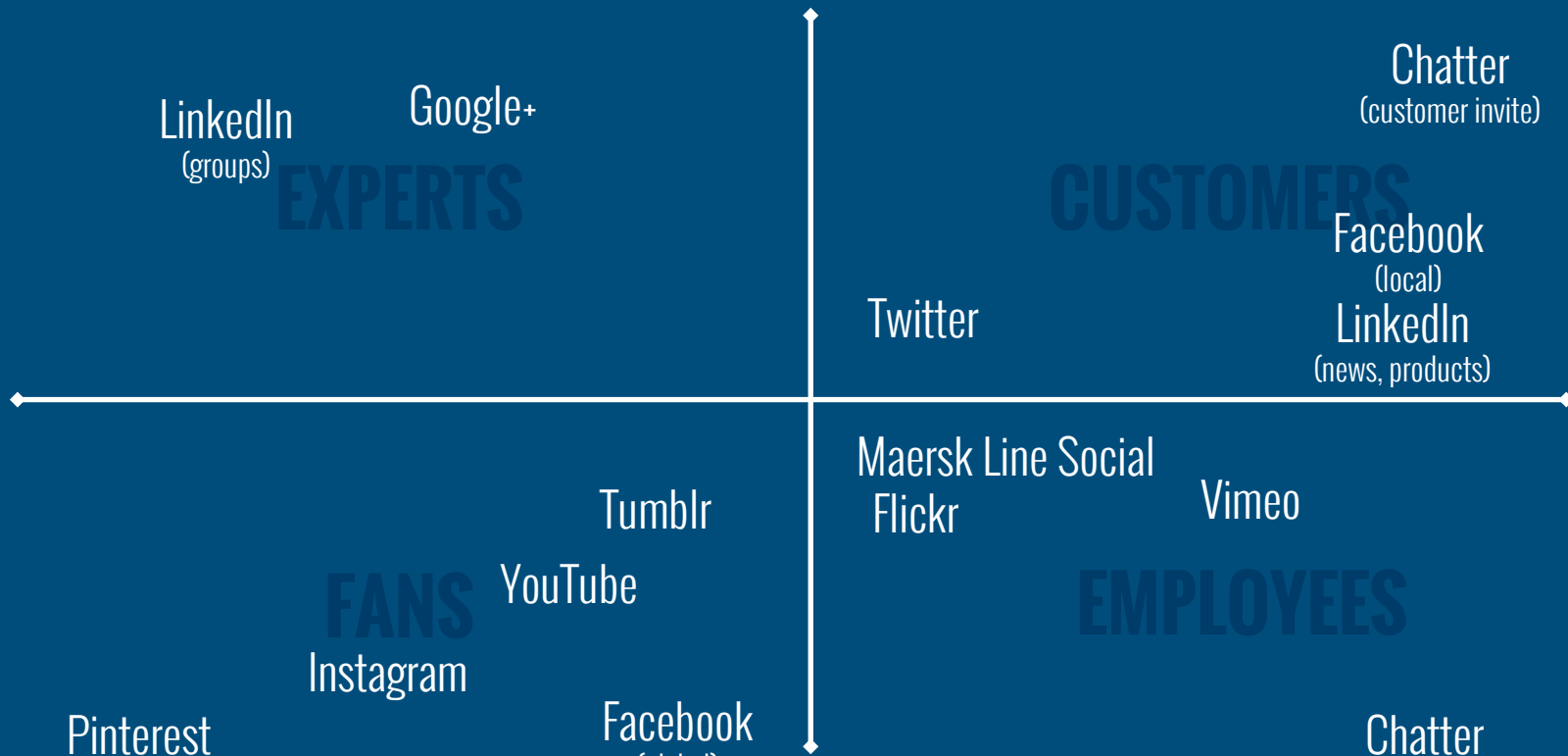
Pinterest

Facebook
(global)

Tumblr

EMPLOYEES

Chatter



Internt samarbejde

- En kulturel rejse
- Fra 'mig' til 'vi'
- Passion, ikke penge og magt



Sankt Peters Plads, 2005



Sankt Peters Plads, 2013



01101000011010

OOOXOOOOO

Nye måder at lytte

- Ud af at lytte kommer forståelsen for kunderne og forbedrede produkter og services.
- At lytte er nøglen for de fleste 'modne' virksomheder i deres anvendelse af sociale medier, især i lavinteresse industrier.
- Gode eksempler fra USA er Citi og Fifth Third Bank.
- Der er mange måder at lytte afhængigt af, hvad man ønsker at opnå, fx salg, produktudvikling, kundetilfredshed, krisestyring, konkurrentanalyse, influentanalyse osv.

Hjælp dine fans og følgere

- Begrebet "Youtility" vinder frem. Det handler om at skabe relationer ved at dele indhold, som er brugbart og derfor værdifuldt for folk i virksomhedernes målgruppe.
- WDP har indledt et samarbejde med Jay Baer, forfatteren til New York Times-bestselleren "Youtility" (og også ophavsmand til selve begrebet).





Content marketing (om og om igen)

- Content marketing – et af de store buzzwords i år – har vist sig at være den mest effektive form for marketing på social medier.
- Virksomhederne bliver mediehuse.
- Virksomheder ansætter virksomhedsjournalister and 'creative content creators'.
- Focus er på at engagere fans og følgere for at forblive top-of-mind.
- Vi bliver mødt af 3.000 marketingbeskeder hver dag...



Landbruget på sociale medier

- Mulighed for at fortælle sine historier og skabe forståelse og interesse.
- Mulighed for at netværke, dele viden og blive klogere sammen.
- Mulighed for at øge produktiviteten, udvide sit marked og sælge mere og bedre.
- Mulighed for at sætte de rette emner på dagsordenen og mobilisere folk.

Det sociale behov & fænomenet #felfie

- Landmænd er også sociale, der er bare langt til din nabo.
- Sociale medier er ikke et urbant fænomen (med høj befolkningstæthed), men giver mere mening i de områder, hvor befolkningstætheden er lav.
- Amerikansk undersøgelse fra 2011: Af de 98% af alle landmænd, der har netadgang, anvender 76% sociale medier.



Ten farmers to follow on Twitter

[@ourcowmolly](#)
[@manorfarmbeef](#)
[@camillaandroly](#)
[@MillyWastie](#)
[@herdyshepherd1](#)
[@liusaidhbeattie](#)
[@matthewnaylor](#)
[@wheat_daddy](#)
[@Wyefarm](#)
[@farmerkit](#)



Brimfield Police Department

- En lille by i Ohio med 10,000 indbyggere.
- En politistation der gerne vil opbygge tillid i lokalsamfundet.
- Og en Facebook-side...



Spørgsmål?

Twitter: @JonathanWich

www: jonathanwichmann.com / orcasocial.co.uk