



Powered by **somengo**
SOMENGO FOR BUSINESS WEBSITE

GOLFPilot
Strategien und Lösungen nach Maß

Social Media – Trends & Entwicklungen

Somengo - Ihr Partner für ein ganzheitliches Social Media Marketing
GOLF | PILOT - Strategien und Lösungen nach Maß



Powered by
GOLFPilot

Social Media Informationsveranstaltung, Kongresszentrum, Hahn Flughafen, 07.11.2012



Informationsveranstaltung zu Social Media

Mittwoch, den 07. November 2012

Powered by  somengo

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß



Powered by
GOLFPILOT

Social Media Informationsveranstaltung, Kongresszentrum, Hahn Flughafen, 07.11.2012



Powered by 

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Soziale Netzwerke haben sich zu einem festen Kommunikationskanal für Unternehmen entwickelt.

Soziale Netzwerke verfügen über einzigartige Möglichkeiten, mit potentiellen Kunden und Interessierten ins Gespräch zu kommen und sie für unsere Dienstleistung zu begeistern.

Was für Großunternehmen gilt, kann im Bereich Social Media auch für mittelständige Unternehmen im Rhein-Hunsrück Kreis gelten, die ihr Angebot, z.B. Pauschalreiseangebote, gezielt einer bestimmten Zielgruppe, zu einer bestimmten Zeit, für eine definierte Reisezeit, anbieten möchten.

Hier setzt unsere Informationsveranstaltung an, wir möchten gemeinsam mit Ihnen die Möglichkeiten erörtern und eine gemeinsame Strategie für die Vermarktung von Hotel, Gastronomie und Golf Paketen über Facebook sprechen.

Programm:

- 12:00 Uhr Begrüßung durch **Jörn Winkhaus**, Geschäftsführer Hunsrück-Touristik GmbH
- 12:15 Uhr **André Schmidt**
Social Media mit Facebook - aktuelle Tendenzen und Trends
- 13:15 Uhr Pause mit Getränken und Snacks
- 13:30 Uhr **Adriaan Alexander Straten**
Hintergrund zum Golfmarkt.
Wie können Golffanlagen, Hotels und Tourismus Anbieter mit Social Media Reiseangebote gezielt einer definierten Zielgruppe zugänglich machen?
- 14:20 Uhr kurze Pause mit Getränken und Snacks
- 14:30 Uhr **André Schmidt**
Social Media und die Kombination von verschiedenen Elementen einer Pauschalreise von Übernachtung über Gastronomie bis zu Freizeitangeboten
- 15:00 Uhr Diskussion - anschließend Ende der Veranstaltung





Begrüßung

Jörn Winkhaus

Geschäftsführer Hunsrück-Touristik GmbH



Abbildung: Hunsrück-Touristik GmbH

André Schmidt

Social Media mit Facebook
- aktuelle Tendenzen und Trends



Abbildung: Hunsrück-Touristik GmbH



Powered by 

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Referenten:

André Schmidt



André Schmidt berät seit 2009 Unternehmen in Fragen der strategischen Kommunikation und Außendarstellung. Mit Beginn 2012 hat er sich auf das Thema Social Media spezialisiert und gründete als geschäftsführender Gesellschafter die Somengo GmbH.

Deren Fokus liegt auf der unabhängigen Beratung von Unternehmen bei ihrer Arbeit mit sozialen Netzwerken. Die Jenaer Agentur ist etabliertes Mitglied in den Unternehmensnetzwerken TowerByte eG und Socialmarketingagentur.com. www.somengo.de

2. Warum Facebook?

Einstieg Social Media



Was bringt es?

Angst?

Risiko?



Zeitverschwendung?

Negative Kritik?

Kontrollverlust?

Langfristigkeit?

Datenschutz?

Messbarkeit?

Sind meine Kunden dort?

2. Warum Facebook?

Einstieg Social Media

Powered by  somengo
AGENZIA FÜR SOZIALE MEDIEN

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß



2. Warum Facebook?

Einstieg Social Media

Powered by  somengo
AGENTUR FÜR SOZIALE MEDIEN

LOT
n nach Maß



Sharingplattformen:



2. Warum Facebook?

Aktueller Stand Facebook

- Entwicklung Fanzahlen in Deutschland



Quelle: allfacebook.de

Internationaler Vergleich:

- Niederlande: 7,3 Mio. (43% der BV)
- Schweden: 4,8 Mio (54% der BV)
- Norwegen: 2,7 Mio (60% der BV)
- Finnland: 2,2 Mio. (42,5% der BV)

2. Warum Facebook?

Aktueller Stand Facebook

- Verweildauer auf Facebook pro Tag



Quelle: <http://www.socialmedia-blog.de/2012/05/social-media-nutzerzahlen-deutschland-2012>

Quelle: <http://www.socialmedia-blog.de/2011/05/social-media-nutzerzahlen-deutschland-2011>

3. Social Media Marketing mit Facebook

Facebook-Page Anzeigenschaltung

Powered by 

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß



The screenshot shows a Facebook profile for Andreas Hörcher. The timeline includes:

- A large banner at the top showing a stadium at sunset.
- A profile picture of Andreas Hörcher.
- Profile information: Arbeit bei Finnwaa GmbH, Hat Marketing hier studiert: Fachhochschule Jena, Wohn in Jena, Männlich.
- Friends section: 307 friends, 5 photos, 84 locations, "Gefällt mir"-Angaben.
- Timeline posts:
 - "Andreas Hörcher war hier: Hauptbahnhof Göttingen. 1. März" with a map of the Göttingen train station.
 - "Andreas Hörcher hat einen Link geteilt. 1. März" with a link to mashable.com.
 - "cebo! Facebook Brand Timelines: 6 Big Changes Every Marketer Needs to Understand" with a link to mashable.com.
- Friends list: Stefan Wagner, Matthias Hauer, Andre Schmidt, Conrad Wrobel, Tina Albrecht, Dana Lipka.
- Places section: 2 besuchte Orte (Osnabrück, Hannover).
- Right sidebar: A timeline dropdown menu, a "Gesponsert" (Sponsored) section for "CallYa Osterschnäppchen" (Vodafone), and a "Du bist Fan von Hanover?" section.



McDonald's Gutscheine
mcdonalds.de

NEUE GUTSCHEINE

2 Big Mac® zum Preis von 1 – mit den neuen Gutscheinen von McDonald's. Einfach ausdrucken und sattsparen!

The ad features a large image of two Big Mac sandwiches and text about a Samsung Galaxy Y smartphone offer.

Werbeanzeige
(bis zu 25 Werbeplätze auf Unterseiten)

3. Social Media Marketing mit Facebook

Facebook-Page Anzeigenschaltung

- Klassische Facebook-Anzeigen
- Können auf Facebook interne und externe Seiten verlinken:



Facebook – Page
der Finnwaa GmbH



www.finnwaa.de

3. Social Media Marketing mit Facebook

Facebook-Page Anzeigenschaltung

Demografie

Alter: 18 - Beliebig

Zielgruppe anhand der Geburtstage von Nutzern auswählen

Geschlecht: Alle Männer Frauen

Interessiert an: Alle Männern Frauen

Beziehungsstatus: Alle Single Verlobt
 In einer Beziehung Verheiratet

Sprachen:

„Gefällt mir“ & Interessen

Ort

Land:

Überall
 Nach Stadt

Städte

innerhalb von Kilometern mit einbeziehen.

Vielfältige Targetingmöglichkeiten!

Geschätzte Reichweite [?]

148.640 Personen

- die in **Deutschland** leben
- die zwischen **20** und **30** Jahre alt sind
- die **weiblich** sind
- die **verlobt** sind

Geschätzte Reichweite [?]

219.380 Personen

- die in **Deutschland** leben
- die **18** Jahre oder älter sind
- die **lesen** oder **bücher** mögen

Geschätzte Reichweite [?]

1.620 Personen

- die in **Deutschland** leben
- die im Umkreis von **80** Kilometern von **Berlin** leben
- die **18** Jahre oder älter sind
- die **natur** mögen

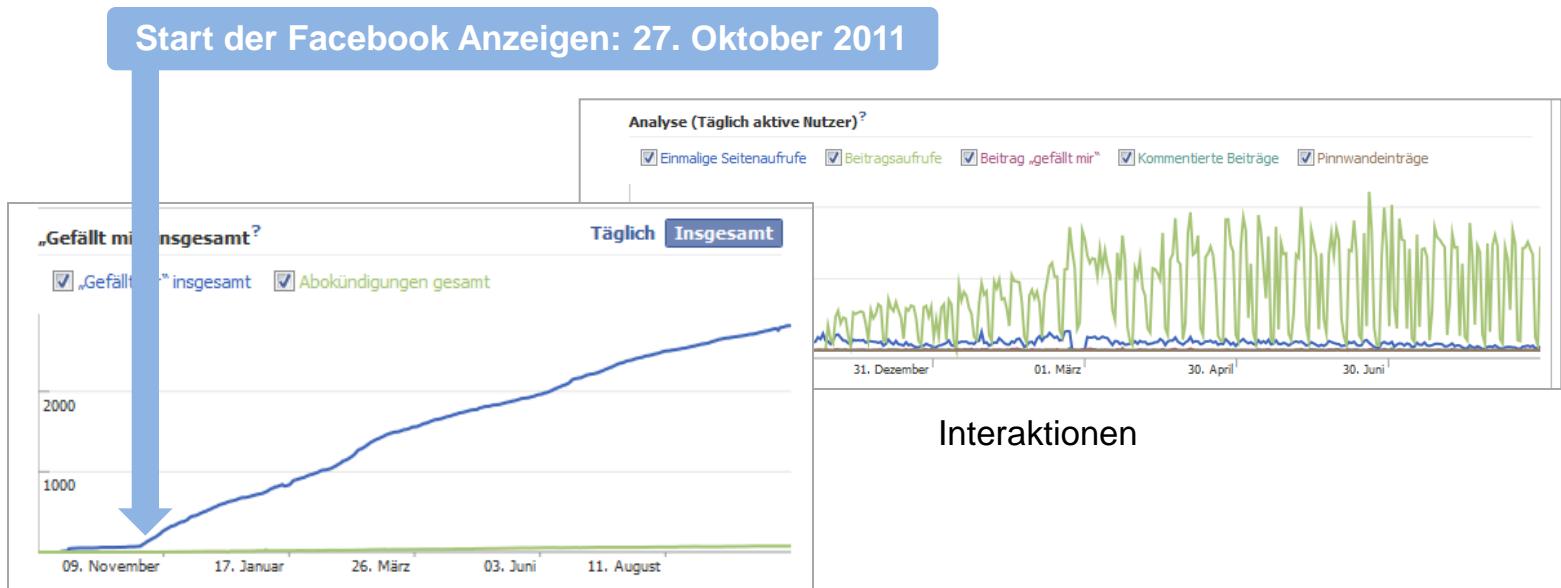
3. Social Media Marketing mit Facebook

Facebook-Page Anzeigenschaltung

Powered by 

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

- Resultate durch die Werbung in den Facebook Statistiken (Kampagnen gemanagt durch Finnwaa)



Generierung von neuen Facebook Page Interessenten

3. Social Media Marketing mit Facebook

Facebook-Page – Kosten?



Powered by **somengo**
AGENTUR FÜR SOZIALE MEDIEN

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

3. Social Media Marketing mit Facebook

Facebook-Page – Kosten?



Ihr Investment:
Zeit?!

4. Trends und Strategieansätze

Mobile Facebook-Nutzung

- Facebook Checkins, Nutzer zeigen, wo sie sich aufhalten
- Bisher ungenutztes Potential



The screenshot shows a Facebook profile for Andreas Hörcher. At the top, it displays a check-in status: "Andreas Hörcher war hier: Frankfurt Airport. 9. September". Below this, there's a photo of an airplane at an airport tarmac with a red box highlighting the location. The main feed shows another post from Gerd Hörcher about a good flight. A map of Germany is overlaid on the right side of the feed, with several locations marked with pins, including Frankfurt am Main, Berlin, and Hamburg. The map is part of a larger section titled "7 aktuelle Orte" (7 current locations).

4. Trends und Strategieansätze

Mobile Facebook-Nutzung

Powered by 

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

socialbakers

Our products:  **analytics PRO**  **market insights**

 **socialbakers**
The Recipe for Social Marketing Success

 Like  Follow

 **Facebook** statistics  **Twitter** statistics  **Google+** statistics  **LinkedIn** statistics  **YouTube** statistics

... Gutscheine

 statistics	4.	Berlin Airport	23 744 137 082
> By Country	5.	Reeperbahn	20 436 82 915
> Pages	6.	Hamburg Central Station	9 686 74 629
> Brands	7.	Allianz Arena	204 172 74 610
> Media	8.	Centro Oberhausen	77 960 72 930
> Places			
> Advertising			

4. Trends und Strategieansätze

Facebook-Beispiele



The screenshot shows a Facebook page for Carl Zeiss. The main image features four people holding up large black numbers '2000' and thumbs-up icons, symbolizing reaching 200,000 likes. The page has 20,118 likes and 594 people speaking about it. The left sidebar shows a timeline from 1900 to 2012. The bottom navigation includes Info, Fotos, 'Gefällt mir'-Angaben (20.118), Career, and Höhepunkte.

Quelle: www.facebook.com/carlzeiss, 26. Oktober 2012

Kunde

Carl Zeiss

(www.facebook.com/carlzeiss,
www.facebook.com/meetcarlzeiss)

Aufgabe

- Leadagentur Social Media
- Strategische Beratung
- Trendscouting
- Kampagnenentwicklung
- Technische Umsetzung

4. Trends und Strategieansätze

Facebook-Beispiele



The image shows two screenshots. The top screenshot is a Facebook profile post by Andre Schmidt. The post features a large image of Jupiter and the text: "Der Moment, in dem Unerreichbares greifbar wird. Für diesen Moment arbeiten wir." Below this is another Facebook post from "meet Carl Zeiss" titled "// EINBLICKE MADE BY CARL ZEISS" showing a video thumbnail of people in a car. The bottom screenshot is a web browser window for the "Carl Zeiss Ausbildungsnavigator". It has a large image of chocolate bars and the text "Was hat Carl Zeiss mit Schokolade zu tun? Büro oder Labor? Was passt zu Dir?". A blue button at the bottom right says "Klicke jetzt" and "Gefällt mir".

Quelle: www.facebook.com/carlzeiss, 26. Oktober 2012

Powered by  somengo
AGENZIA PER LE NUOVE MEDIAS

Kunde

Carl Zeiss

(www.facebook.com/carlzeiss,
www.facebook.com/meetcarlzeiss)

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Aufgabe

- Leadagentur Social Media
- Strategische Beratung
- Trendscouting
- Kampagnenentwicklung
- Technische Umsetzung

Ergebnis

- Individuelle Kampagnen und Anwendungen
- Bspw. Ausbildungsnavigator
- Bruttoreichweite: 360.000

4. Trends und Strategieansätze

Facebook-Beispiele



Quelle: www.facebook.com/amici.caffe, 26. Oktober 2012

Powered by 

Kunde

Amici Caffé
(www.facebook.com/amici.caffe)


Strategien und Lösungen nach Maß

Aufgabe

- Leadagentur Social Media
- Kommunikation
- Strategische Beratung
- Trendscouting
- Kampagnenentwicklung
- Technische Umsetzung

4. Trends und Strategieansätze

Facebook-Beispiele



Quelle: www.facebook.com/amici.caffe, 26. Oktober 2012

Powered by  somengo
AGENZIA FÜR SOZIALE MEDIEN

Kunde

Amici Caffé
(www.facebook.com/amici.caffe)

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Aufgabe

- Leadagentur Social Media
- Kommunikation
- Strategische Beratung
- Trendscouting
- Kampagnenentwicklung
- Technische Umsetzung

Ergebnis

- Individuelle Kampagnen und Anwendungen
- Bspw. Trizy Konfigurator
- Bruttoreichweite: 200.000
- Messbare Umsätze

4. Trends und Strategieansätze

Facebook-Beispiele



The screenshot shows the official Facebook page for LAMY. The cover photo features two LAMY pens (one silver, one black) resting on a piece of aged, textured paper with ancient Latin and Chinese inscriptions. A sidebar on the right lists years from 1939 to 2012 under 'Gegründet'. Below the cover, a post from 'Andre Schmidt' is visible, showing a profile picture of a person with glasses and a blue shirt. The post includes a 'Gefällt dir' button, a 'Nachricht senden' button, and a dropdown menu. The main content area shows a large image of the pens on the manuscript. Below the image, there's a summary: '13.828 „Gefällt mir“-Angaben · 993 sprechen darüber · 6 waren hier'. At the bottom, there are links for 'Info', 'Fotos', 'Postkarten aus aller Welt!', 'Jetzt mitmachen!', 'Jetzt spielen!', and 'Impressum'.

Quelle: www.facebook.com/LAMYGermany, 26. Oktober 2012

Kunde

Lamy
(www.facebook.com/LAMYGermany)

Aufgabe

- Konzeption und Umsetzung eines Gewinnspiels mit großer viraler Reichweite
- Integration Social Features
- Mobile Erreichbarkeit

4. Trends und Strategieansätze

Facebook-Beispiele



The image shows two screenshots of a Facebook game titled "GREEN." developed by LAMY. The top screenshot displays the start screen with instructions: "SO SPIELST DU LAMY MEMO-MIX" and "1. Schau dir die Bilder 20 Sekunden an. 2. Füge die Bilder in die richtige Reihenfolge". The bottom screenshot shows a 3x4 grid of images for matching, including a skateboard, a pen, a bicycle, a pen, a green pen, a ruler, a book, a soccer ball, a paint palette, an apple, an ice cream cone, a pencil case, a red pen, a silhouette of a person, a pen, and colored pencils. A timer at the bottom left indicates "DEINE ZEIT LÄUFT JETZT!" with a pie chart graphic.

Quelle: www.facebook.com/LAMYGermany, 26. Oktober 2012

Powered by  somengo
AGENZIA PER LE NUOVE MEDI

Kunde

Lamy
(www.facebook.com/LAMYGermany)

Aufgabe

- Konzeption und Umsetzung eines Gewinnspiels mit viraler Reichweite
- Integration Social Features
- Mobile Erreichbarkeit

Ergebnis

- Über 3200 gespielt
- Große virale Reichweite
- Weitere Kampagnen in Umsetzung

Adriaan A. Straten

Hintergrund zum Golfmarkt

Wie können Tourismusanbieter
mit Social Media ihre
Reiseangebote gezielt einer
definierten Zielgruppe zugänglich machen?

Abbildung: Hunsrück-Touristik GmbH



Powered by  somengo

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Referenten:

Adriaan Alexander Straten



Adriaan A. Straten ist Dozent an der Fachhochschule für angewandtes Management, für Event- und Projektmanagement in Erding und Neumarkt, Referent bei den Golf-Fachverbänden DGV, GVD und GMVD, Fachjournalist und Geschäftsführender Gesellschafter der Airport Golf Hahn GmbH.

Als Mitglied der Fachredaktion des einzigen deutschen Golf Business Magazins, dem *golf manager*, veröffentlicht er regelmäßig Fachbeiträge zu Management und Marketing. Als Berater initialisiert und revitalisiert er Golfanlagen um deren Wirtschaftlichkeit wieder herzustellen. Er zählt zu den Beratern, von denen die entscheidenden Impulse für Veränderungen in Unternehmen ausgehen. Er scheut keine Konflikte in Bezug auf Veränderungsprozesse und stimuliert durch seine positive und optimistische Art. www.golfpilot.de

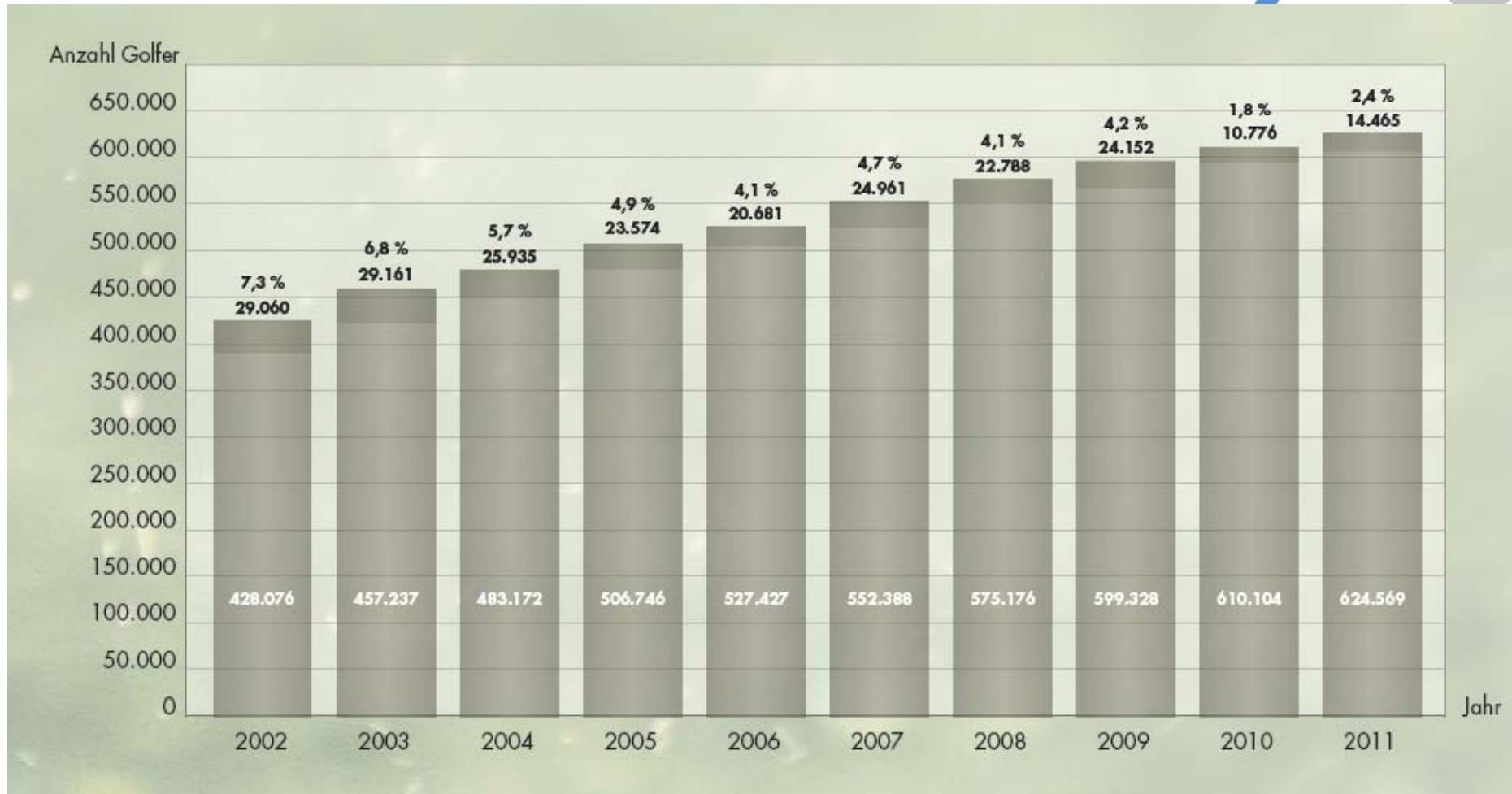
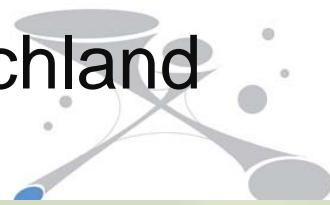


Powered by 

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Hintergrundinformation Aktuelle Zahlen zum Golfmarkt

Entwicklung der registrierten Golfer in Deutschland



Quelle: Deutscher Golf Verband e.V., 31.12.2011

Entwicklung der Golfanlagen in Deutschland



Powered by 

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Der Zuwachs an Golfern korreliert mit der Anzahl der neuen Golfanlagen, d.h. Golf ist eine „Angebots-Sportart“ und keine „Nachfrage-Sportart“.

	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	
		absolut	prozentual
2002	633	14	2,3%
2003	641	8	1,3%
2004	648	7	1,1%
2005	658	10	1,5%
2006	677	19 ¹⁾	2,9%
2007	684	7	1,0%
2008	693	9	1,3%
2009	700	7	1,0%
2010	708	8	1,1%
2011	716 ³⁾	8	1,1%

Quelle: Deutscher Golf Verband e.V., 31.12.2011

³⁾ Insgesamt gab es 2011 einen Zuwachs von 243 Löchern

Zahlenspiele

Rechenspiele nach den Zahlen
Stand 31.12.2011



Powered by somengo

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

624.569 registrierte Golfspieler
. 716 Golfanlagen
= 872 Golfer pro Golfanlage

716 Golfanlagen
. 12.683 Löcher
= 18 Löcher pro Golfanlage

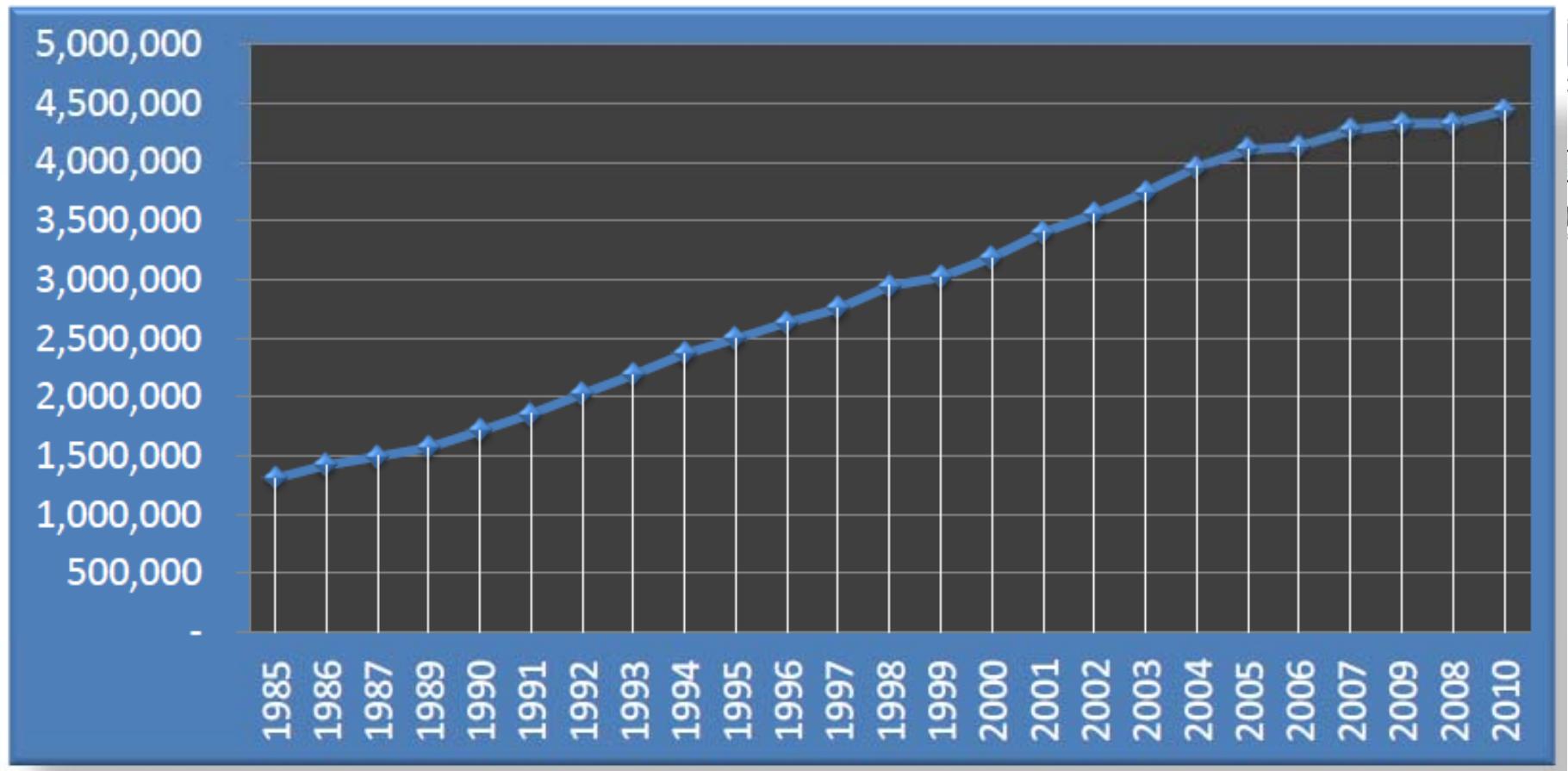
12.683 Löcher
624.569 Golfer /. 12.683 Löcher
= 49 Löcher pro Golfer



Golfkennzahlen in Europa



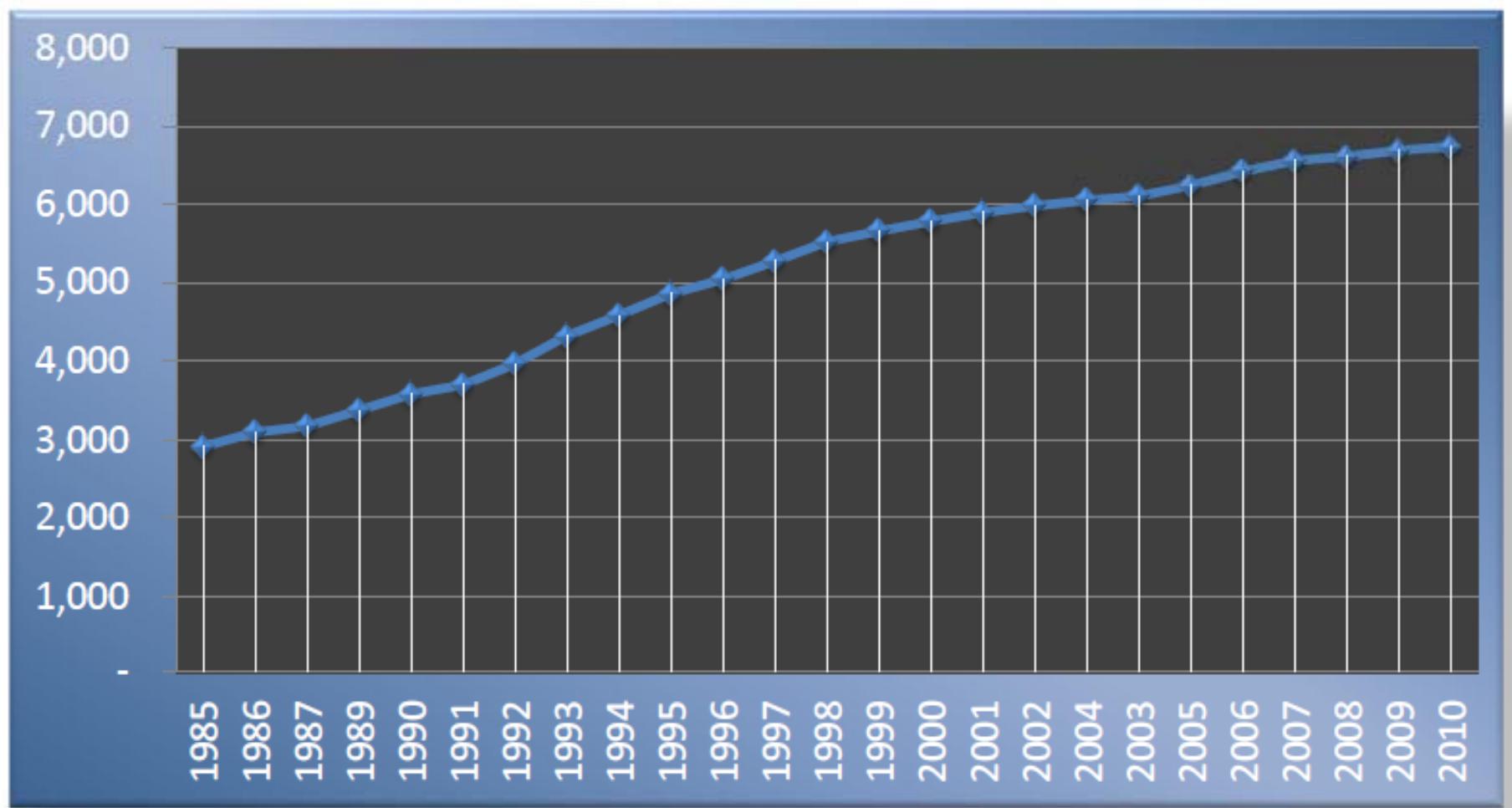
COM
GOLF
DT
Golf Hall



6 741 Golfanlagen

Stand: 2010, Quelle: EGA

Golfkennzahlen in Europa



Registrierte Golfer: 4 438 513
Männlich: 2 894 999
Weiblich: 1 104 038
Jugend: 438 116

Stand: 2010, Quelle: EGA

Social Media Informationsveranstaltung, Kongresszentrum, Hahn Flughafen, 07.11.2012

Golfkennzahlen in Europa - Niederlande



Years	Courses	Players	Male	Female	Juniors
2012	211	381 584	239 986	121 056	20 542
2011	201	351 640	224 035	110 345	17 260
2010	192	344 000	216 500	110 500	17 000
2009	161	330 000	206 000	108 000	16 000
2008	154	303 000	191 000	97 500	14 500
2007	150	282 000	176 000	93 000	13 000
2006	145	269 000	169 000	88 000	12 000
2005	139	251 000	156 000	84 000	11 000
2004	138	225 000	135 000	80 000	10 000
2003	130	195 000	120 000	66 000	9 000
2002	122	175 000	93 000	74 000	8 000
2001	122	170 000	90 000	72 000	8 000
2000	116	140 000	78 000	56 000	6 000

Powered by

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Quelle:
 European Golf Association

Golfkennzahlen in Europa - Finnland



Powered by

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Years	Courses	Players	Male	Female	Juniors
2012	129	143 887	86 347	39 369	18 171
2011	126	142 184	84 756	39 080	18 348
2010	126	137 282	81 250	37 709	18 323
2009	128	137 336	81 291	37 715	18 330
2008	128	132 362	77 868	36 916	17 578
2007	117	116 473	68 932	32 071	15 470
2006	115	110 185	65 308	30 362	14 515
2005	106	105 576	62 247	29 016	14 313
2004	99	99 354	58 531	26 861	13 962
2003	101	93 607	55 327	25 367	12 913
2002	99	85 463	50 653	23 288	11 522
2001	96	76 522	45 838	20 594	10 090
2000	96	66 558	40 200	17 817	8 541

Quelle:
 European Golf Association

Golfkennzahlen in Europa - Schweden



Powered by 

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Years	Courses	Players	Male	Female	Juniors
2011	436	491 401	305 664	131 836	53 901
2010	456	512 407	311 355	139 582	61 470
2009	456	521 980	313 168	142 526	66 286
2008	462	532 944	314 718	145 278	72 948
2007	442	539 637	313 537	146 573	79 527
2006	442	544 817	312 317	146 803	85 697
2005	430	554 293	315 506	146 606	92 181
2004	422	593 873	336 952	163 008	93 913
2003	449	528 936	297 930	138 875	92 131
2002	418	503 683	283 938	132 646	87 099
2001	403	475 445	267 751	126 291	81 403
2000	393	439 653	247 974	117 779	73 900

Quelle:



All business is local



Wo geht die Reise hin?

Powered by 

GOLFPilot
Strategien und Lösungen nach Maß

Wie positionieren Sie Ihren Betrieb vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung und dem veränderten Freizeitverhalten der „best ager“?





Powered by  somengo
SOMENGO FOR BUSINESS WEBSITES

GOLFPilot
Strategien und Lösungen nach Maß

Einführung in die Markenführung

Zwischen Illusion...



Powered by **somengo**
SOMENGO FOR BUSINESS MODELS

GOLFPILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

... und Wirklichkeit



**Billig ist immer beliebig und
flüchtig...**



SOCIALMARKETINGAGENTUR.COM



*Lernen ist wie rudern gegen den Strom.
Sobald man aufhört, treibt man zurück.*

Benjamin Britten

Abbildung: Hunsrück-Touristik GmbH

Vielen Dank für die Unterstützung!



SOCIALMARKETINGAGENTUR.COM



**frankfurt hahn
airport**



airport
GOLF HAHN GmbH



GOLF PILOT

Strategien und Lösungen nach Maß



Social Media Informationsveranstaltung, Kongresszentrum, Hahn Flughafen, 07.11.2012

Warum Social Media extern vergeben?



- Geringe finanzielle Einstiegshürde, da Sie keine komplette Seite anlegen müssen.
- Geringer administrativer Aufwand, da Sie nicht die Seite regelmäßig auf (zum Beispiel negative) Kommentare kontrollieren müssen.
- Geringer Kommunikationsaufwand, da sich die Pinnwandthemen aus allen Teilnehmern rekrutieren.
- Keine eigenen Vorkenntnisse zu administrativen und rechtlichen Stolpersteinen notwendig, wird von Somenego übernommen.
- Regelmäßige fundierte Auswertung der Seitenentwicklung und Interaktionen.
- Große Reichweite gegenüber einer neuen Zielgruppe zu fairen Kostenverhältnissen (Reichweite allein in Finnland von ca. 60.000 golfenden Personen, der Mediawert einer Printanzeige in Finnland in einer Zeitschrift, die eine ähnliche Reichweite realisiert, liegt bei mindestens 5000 Euro).
- Professioneller Ansatz und Kampagnenplanung.



Bitte kontaktieren Sie uns um Ihr grundsätzliches Interesse an dem am 07. November 2012 vorgestellten Konzept zu bekunden.

Powered by  somengo
AGENTUR FÜR SOZIALE MEDIEN

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

André Schmidt
Somengo GmbH

Tel.: 0 36 41 / 81 59 023
eMail: schmidt@somengo.de

Adriaan A. Straten
Airport Golf Hahn GmbH (powered by GOLF | PILOT)

Tel.: 0 65 43 / 50 95 60
eMail: straten@golfpilot.de

airport
GOLF HAHN GmbH

somengo
AGENTUR FÜR SOZIALE MEDIEN.

GOLF PILOT
Strategien und Lösungen nach Maß

Powered by
GOLF PILOT

Social Media Informationsveranstaltung, Kongresszentrum, Hahn Flughafen, 07.11.2012