

Pressemitteilung

Nr. 5, Zürich/Mannheim, 26. März 2015

Swiss Online Marketing & Swiss eBusiness Expo 2015, Zürich

„Für ein erfolgreiches datenzentriertes Marketing müssen Unternehmen das Silo-Denken überwinden“

Der Einsatz von Daten für das Marketing ist eines der zentralen Themen der Swiss Online Marketing und Swiss eBusiness Expo 2015. Zwei Keynotes und mehrere Vorträge unter den insgesamt 80 Programmpunkten informieren am 15. und 16. April 2015 in der Messe Zürich über Voraussetzungen und Chancen des datengetriebenen Marketings. Im Zentrum der Keynote von Zuzanna Gierlinska, Oracle, steht der Ansatz der Zusammenführung von Daten, der es Marken erlaubt, Konsumenten gezielt und passgenau anzusprechen.

„Interaktionen zwischen Konsumenten und Marken im Internet können interessante Aufschlüsse über persönliche Interessen, frühere Transaktionen, Kaufvorhaben, Surfverhalten oder bevorzugte Kommunikationskanäle der Konsumenten geben“, erklärt Zuzanna Gierlinska, EMEA Director Data Management Platforms at Oracle Marketing Cloud. „Unsere heutigen erfahrenen Internetnutzer wissen, dass sie digitale Spuren hinterlassen. Gleichzeitig erwarten sie von den Marken, mit denen sie im Web interagieren, dass diese die gewonnenen Einsichten auch intelligent dafür nutzen, um ihnen relevante und zeitlich passende Inhalte anzubieten.“

Unter schlecht gepflegten Daten leidet die Beziehung zur Marke

Ob in E-Mails, Blogs, Contentseiten, Portalen, Onlineshops, mobilem Web oder Native Apps – Konsumenten erwarten im Internet ein nahtloses und persönliches Markenerlebnis unabhängig vom Kanal, so Gierlinska. In den Unternehmen seien jedoch häufig die unterschiedlichen Marketing Teams in spezialisierte Einheiten aufgeteilt wie etwa Search, Social, Display, Affiliate und Commerce.

Weil die jeweils gewonnenen Daten nicht zusammengeführt würden, verpassten Unternehmen die Chance, eine einheitliche Sicht auf ihre Kunden zu gewinnen, so die Expertin. „Aber ohne einheitliche und verwertbare Datensets können Marketer Zielgruppen gar nicht richtig identifizieren und ansprechen, mit dem Ergebnis, dass Nutzer mit unterschiedlichsten Marketingbotschaften bombardiert werden und durch die schlechte Nutzererfahrung die Beziehung zur Marke leidet.“

Wenige Unternehmen nutzen Daten effektiv

Laut aktuellen Umfragen von Forrester stünden 82 Prozent der Marketingleiter in Unternehmen keine synchronisierten Daten zur Verfügung. Unabhängig davon, ob die Unternehmen den Wert ihrer Daten erkennen, hätten folglich nur 18 Prozent proaktive Schritte dazu unternommen, sie auch effektiv für ihr Business einzusetzen. Die typische Fragmentierung in den Marketingabteilungen, durch die verschiedene Datensilos generiert würden, stehe einer gewinnbringenden Datennutzung im Weg.



Swiss Online Marketing &
Swiss eBusiness Expo 2015

7. Schweizer Fachmessen für
Digital Marketing & E-Business
Messe Zürich

15. – 16. April 2015

www.swiss-online-marketing.ch

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Bettina Wallbrecht

Telefon +49 621 40166-175

Telefax +49 621 40166-400

E-Mail b.wallbrecht@boerding.com

boerding messe

boerding messe AG

Firststrasse 15

CH-8835 Feusisberg

Tel.: +41 22 73301-53

Fax: +41 22 73317-51

info@swiss-online-marketing.ch



In ihrer Keynote an der Swiss Online Marketing und Swiss eBusiness Expo wird die Expertin von Oracle erklären, wie Unternehmen aus den verschiedenen Daten, die ihnen zur Verfügung stehen, einen wirklichen Nutzen ziehen können, indem sie diese zusammenführen und auf diese Weise ihre Marketingaktivitäten vorantreiben.

Der Wandel braucht die Unterstützung aller Abteilungen

„Ein wirklich datenzentriertes Unternehmen zu werden ist ein langer Weg, der häufig von Ausprobieren und Verwerfen geprägt ist, bis man die besten Datensets und die Methodologie gefunden hat, die genau zum Business und zum Kundenstamm passt,“ gibt Gierlinska zu. Während es wie ein Riesensprung aussehe, das eigene Geschäftsmodell zu revolutionieren, seien es in Wahrheit viele kleine Schritte, eine Evolution und Erziehungsaufgabe, die die Unterstützung vieler Stakeholder brauche. „Eine erfolgreiche Datenstrategie wird von allen im Unternehmen gemeinsam getragen, von Marketing, IT und allen Bereichen dazwischen.“

Keynote-Vortrag von Zuzanna Gierlinska, EMEA Director Data Management Platforms at Oracle Marketing Cloud:

„**Big Data In Marketing: Gaining A Competitive Advantage**“ am Donnerstag, 16. April 2015, 16:15 - 17:15 Uhr, Messe Zürich, Halle 2, Keynote Forum

Ein ausführliches Interview mit Zuzanna Gierlinska (in englischer Sprache) [finden Sie hier](#) und können es gerne für Ihre Berichterstattung verwenden.

Weitere Informationen zu den Ausstellern und zum vielfältigen Vortragsangebot sind unter www.swiss-online-marketing.ch zu finden.