

Medienmitteilung

Markenroadshow 2016: Die vernachlässigten Potenziale vernetzter digitaler Markenführung

Zürich, 6. April 2015 – Serviceplan Suisse, Plan.Net Suisse, Mediaschneider und GfK luden gestern Dienstag zur 7. Markenroadshow ins Hotel Widder. Unter dem Veranstaltungstitel «Die vernachlässigten Potenziale vernetzter digitaler Markenführung» gingen prominente Referenten der Frage nach, was Marken in der digitalen Transformation erfolgreich macht.

Vor rund 200 Gästen wurde an der diesjährigen Marken-Roadshow die Bedeutung einer ganzheitlich vernetzten Strategie für die digitale Transformation einer Marke aufgezeigt. Nach einer kurzen Begrüssung seitens Christian Baertschi (Geschäftsführer Serviceplan Gruppe Schweiz) und einer Einleitung durch Manfred Strobl (CEO Mediaschneider) nahmen sich die Referenten Dr. Peter Haller (Geschäftsführer Serviceplan Gruppe), Dr. Wolfgang Adlwarth (Insights Director Strategisches Marketing GfK Panels), Barbara Evans (Geschäftsführerin Facit Media Efficiency) und Dominik Terruhn (Geschäftsführer Plan.Net Media) der Thematik an und präsentierten praktische Konzepte und Tools zur Umsetzung einer ganzheitlichen Vernetzungsstrategie.

90 Prozent mit digitaler Markenführung nicht zufrieden

Laut einer Studie, die 2015 im Auftrag des Markenverbandes durchgeführt wurde, sind 90 Prozent der befragten Unternehmen mit ihrer digitalen Markenführung nicht zufrieden. So geben sie an, über eine mangelnde Vernetzung digitaler und analoger Tools zu verfügen. Dr. Peter Haller verortet den Grund hierfür im Innovationstempo der IT-Technologie und den daraus resultierenden Applikationen, die die Markenführungspraxis der meisten Unternehmen überfordert. Wie dem entgegen gewirkt und die brachliegenden Potenziale einer online und offline vernetzten Gesamtstrategie ausgeschöpft werden können, wurde dem fachkundigen Publikum anhand von Erfolgskonzepten zu den fünf Ebenen «Zielgruppe», «Touchpoints und Medien», «Content», «Vertrieb» und «Realtime Daten» dargelegt.

Erfolgskonzepte auf fünf Ebenen

Das Erfolgskonzept zur Ebene «Zielgruppe» unterscheidet drei Zielgruppentypen (Non Users, Standard Users, mobile digitale Users) und setzt eine Ausrichtung auf die wachsende Gruppe der mobilen digitalen User mit Markenerfolg gleich. Auf der Ebene «Touchpoints und Medien» beinhaltet das Erfolgskonzept einerseits, dass das Unternehmen Bedürfnisse und Medienverhalten ihrer Zielpersonen kennt und andererseits, dass analoge und digitale Medien aufeinander abgestimmt und sinnvoll eingesetzt werden. Das Erfolgskonzept zur Ebene «Content» umschreibt die Wichtigkeit der Vernetzung des inhaltlichen Auftritts: Es gilt, ein Werteprofil festzulegen, das für die Zielgruppe relevant ist und von der Marke authentisch gelebt wird. Auf der Ebene «Vertrieb» umfasst das Erfolgskonzept die Entwicklung eines Omnichannel-Konzepts und die Übertragung digitaler Tools auf den PoS. Das Erfolgskonzept der fünften Ebene, «Realtime Daten», zeigt die Bedeutung von Business

Intelligence im Umgang mit Big Data auf: Marketing- und Vertriebsdaten sollen in einem automatisierten Prozess zeitnah verarbeitet und so genutzt werden.

Über die Markenroadshow

Die Markenroadshow (vormals Marketing-Meeting) wird seit sieben Jahren von der Serviceplan Gruppe Schweiz, Mediaschneider und der GfK in Zürich ausgerichtet. Hierbei werden einem Publikum, zu einem Grossteil bestehend aus Marketing-Managern, aktuelle Forschungsergebnisse präsentiert und/oder darauf aufbauende praktische Konzepte und Tools nähergebracht.

Kontakt

Mediaschneider AG
Herr Manfred Strobl
Tel. +41 44 387 52 72
E-Mail m.strobl@mediaschneider.com
Website www.mediaschneider.com

Serviceplan Suisse AG
Herr Christian Baertschi
Tel. +41 44 446 21 21
E-Mail christian.baertschi@serviceplan.ch
Website www.serviceplan.ch