

22.09.2017 – 08:30 Uhr

Kundenerlebnis - von wegen Wow!

Zürich (ots) -

Digitalisierung, Automatisierung und Individualisierung der Marktbearbeitung sind heute Alltagsarbeit. Wie können Technikvorteile in der Kundeninteraktion in Markterfolg übersetzt werden? Ein kleiner Bericht aus der Praxis durch die Kundenbrille - ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Besser, schneller und günstiger: Mit diesen Stichworten werden viele Digitalisierungsprojekte in der Marktbearbeitung initiiert und durchgeführt. Erwartet werden unter anderem herausragende Kundenerlebnisse auf allen Kanälen, individuelle Kundenansprache und natürlich Markterfolg.

Erst möglich macht dies alles eine grosse Palette innovativer Software und Tools. Mit begeisterten Kunden und Markterfolg hat Technik aber erst einmal wenig zu tun, wie die meisten Definitionen von Marketing-Automation selbst vermitteln. «Unter Marketing-Automation versteht man Software-Plattformen, die aus den Funktionen Datenbank, Web-Controlling, Kommunikation, Workflows und CRM-Synchronisation bestehen. Damit können Marketingkampagnen effizient geplant und umgesetzt werden», so eine der meistverbreiteten Erläuterungen im Netz.

Unbestritten gilt, was heute bereits technisch möglich ist, kann nur ein Vorgeschmack darauf sein, was in den kommenden Jahren möglich sein wird. Durch Machine Learning, künstliche Intelligenz oder gar Predictive Analytics wird Marketing-Automation absehbar zur smarten Wunderwaffe, um Kundenbegeisterung auszusteuern.

Weiterlesen in der heute erschienenen Werbewoche 15/2017, Werbewoche.ch

Anhören als Podcast: Werbewoche.ch/podcasts

Kontakt:

Anne-Friederike Heinrich
Chefredaktorin Werbewoche / Werbewoche Branchenreports
Neugasse 10, Postfach 1753, 8031 Zürich
Telefon: +41 44 250 28 00
f.heinrich@werbewoche.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008531/100807156> abgerufen werden.