

”

Wir erhöhen Conversation Rates und sorgen dafür, dass ein Unternehmen am bestehenden Kontakt mehr verdient.

Wir haben ein Commitment abgegeben: Wir wachsen jetzt.

medianet: Jetzt ist die Dialogschmiede Silver-Businesspartner von IBM; das haben Sie allein durch Ihre Cloud-Services erreicht.

Polterauer: Ja allerdings. Wir sind jetzt ‚Preferred Partner‘ von IBM für die D-A-CH-Region, weil wir eben auch überall Companies haben. Wir waren schon immer technisch interessiert – wir hatten schon 2012 einen Prototypen zur Gesichtserkennung; bei der Vorstellung dessen fragten uns Handelskunden, ob wir geisteskrank sind ... Wir bilden verschiedenste technische Plattformen ab, auch die Abteilungen Strategie Consulting und Datentechnik, wir besitzen auch immer noch die Kreation – wir wollen Kunden alles anbieten können.

medianet: Sie haben sich neu aufgestellt und neue Personen an Bord geholt.

Polterauer: Richtig, zum Beispiel Werner Schediwy. Er verfügt über 25 Jahre strategische Marketingerfahrung und war u.a. Marketingleiter bei Raiffeisen und Bank Austria. Er hat die Struktur der Dialogschmiede komplett auf den Kopf gestellt, weil er eben gewohnt ist, in größeren Prozessen zu denken.

medianet: Und wie sieht die neue Struktur aus?

Werner Schediwy: Wir arbeiten jetzt in agilen Teams, in denen die Mitarbeiter noch mehr Selbstverantwortung übertragen bekommen. Die Zeit ist vorbei, in denen die Chefs immer alles besser wissen. Unsere Anforderungen sind derart vielfältig geworden, dass diese Aufgaben nur aus allen drei Blickwinkeln gemeinsam gelöst werden können: Beratung, Programmierung und Kreation.

Jürgen Polterauer
CEO Dialogschmiede

“



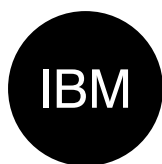
Schediwy: Bei vielen IT-Lösungen starten wir in der Testphase Hackerangriffe auf uns selbst, um z.B. offene ‚backdoors‘ rechtzeitig zu erkennen. Das ist mittlerweile ein Standardprozedere bei uns.

medianet: Es herrscht das Vorurteil, ‚Big Data‘ sei auch nur etwas für die großen Unternehmen.

Polterauer: Laut Definition können nur 50% der Unternehmen tatsächlich Big Data machen. Wir sprechen von Smart Data. Man muss sich überlegen, wie personalisierte, unternehmenseigene Daten auch außerhalb meines Universums gewinnbringend eingesetzt werden können.

Schediwy: Unsere Theorie ist, dass Medienplanung in Zukunft ganz anders aussehen wird. Es ist ein veraltetes Konzept, eine Zielgruppe zu einer Primetime zu buchen. Wir können heute schon einzelne Spots an verschiedene Menschen aussenden – das Problem ist, die TV-Stationen sind nicht bereit dafür. Die alte Welt hat ihre Bequemlichkeit, und nicht für jeden bringt die Dynamisierung Vorteile.

Polterauer: Wir wollen außerdem dem programmatischen Buchungsansatz entgegenwirken. Programmatisch bedeutet heute ‚billig‘. Wir können Algorithmen so schreiben, dass sie jeder Person ganz ideal Werbung ausspielen, und das wird von uns qualitativ viel höher gesetzt. Wir erhöhen Conversation Rates und sorgen dafür, dass ein Unternehmen am bestehenden Kontakt mehr verdient. Wir glauben, dass ein Unternehmen eine Information besitzt, und der Kunde holt sich, was er davon braucht. Wir sagen: *Verhalten* geht über Demografie. Das ist ein Umdenken und für uns ein bisschen missionarisch; wir wollen neue Perspektiven bieten.



Partner
Die Dialogschmiede ist „Preferred Partner“ von IBM in der DACH-Region.



© Dialogschmiede/Katharina Axmann Photography (2)

”

Die Zeit ist vorbei, in denen die Chefs immer alles besser wissen.

Werner Schediwy
COO Dialogschmiede

“

medianet: Bei der Arbeit mit Daten drängt sich immer auch die Frage nach Datenschutz auf.

Polterauer: Wir haben seit Beginn des Jahres einen Datenschutzbeauftragten. Das ist ein wichtiges Thema – man kann das nicht mehr einfach nebenbei mitmachen.