



Media Trends 2018 aus Datensicht

Wer erfolgreich werben will, kommt um Data Driven Marketing nicht herum. e-dialog-Geschäftsführer Siegfried Stepke erörtert vier Themen.

••• Von Michael Fiala

Unter Data Driven Marketing versteht man alle Maßnahmen, die mithilfe von Daten und Algorithmen automatisiert gesteuert und optimiert werden. Vier Themen sind dabei aus Sicht von Siegfried Stepke, Geschäftsführer e-dialog, besonders wichtig, wie er im Gespräch mit medianet betont.

Audience Management

Eine vollkommen neue Rolle wird Audience Management bekommen. Dabei geht es darum,

alle Daten zu Usern und Kunden für das digitale Marketing so vorrätig und nutzbar zu machen, dass höchst *segmentierte* Zielgruppen angesprochen werden können. „Kunden, die mit einem sauberen Setup arbeiten, haben durch die optimale Nutzung dieser sogenannten First-Party-Daten wesentlich effizientere und erfolgreichere Kampagnen“, berichtet Stepke.

Neben der Installation einfacher Pixel auf der Website geht es um die Verknüpfung aller Kanäle bis hin zum Data Warehouse – auch die Integration von CRM-Daten und -Know-how bringt

eine drastisch verbesserte Auspielung. Ausschlaggebend hierbei sind ein sauberes Setup, das alle Erfordernisse der DSGVO erfüllt, sowie Kenntnisse über die Möglichkeiten in Erfassung, Verschneidung und Nutzung der Daten.

Attribution Modeling

Warum das theoretisch ein alter Hut ist, aber jetzt abheben wird, liegt an mehreren Faktoren. Grundsätzlich geht es bei der Attributions-Modellierung darum, *alle* Touchpoints in *allen* Customer Journeys zu messen und durch Analysen jedem

Kanal und jeder Botschaft den richtigen Wert gemäß ihrer Unterstützung zur Zielerreichung zuzuweisen (Attribuierung).

Den größten Wert generiert Attribution Modeling, wenn man aus den Analysen „Budget Shift-Empfehlungen“ ableiten kann, d.h. konkret Aussagen zu treffen vermag, wie man den Erfolg um x% steigert, wenn man y% Budget von Kanal und Maßnahme A zu Kanal und Maßnahme B umschichtet. Dank neuester Technologien und Konzepte ist dies nun möglich.

„Attribution Modeling ist der nächste Durchbruch im (digita-