

Mediaplanung bleibt Handwerk

Customer Experience passiert noch immer sehr viel im analogen Bereich, meint Tina Kasperer von Allmediabizz.

Gastbeitrag

••• Von Tina Kasperer

WIEN. Die Firma Allmediabizz GmbH ist eine der jüngsten Mediaagenturen am Markt. Wir gehen unvoreingenommen und ohne Druck eines internationalen Networks im Rücken vor. Das macht uns manchmal freier und unabhängiger in unseren Entscheidungen in Bezug auf die Kundeninvestments.

Mediaplanung und Mediastrategie bleibt für uns nach wie vor spannend. Auch wenn wir überschwemmt werden von scheinbar effizienten und effektiven Online Tools – Mediaplanung bleibt ein Handwerk, das bestenfalls technisch unterstützt wird. Es ist ein Trugschluss, zu glauben, dass selbst für reines Online-Business die Kunden nur über Online Ansprache kommen – das sehen wir bei Kunden von uns wie etwa Goldgas.

Aufmerksamkeit offline

Ja, die Konsumenten schließen zwar online ab, aber die Aufmerksamkeit wird offline generiert. Das ist die Wiederkehr der klassischen Mediaplanung, die einen Korridor schaffen muss, der den Kunden über den Offline-Weg zum Online-Abschluss führt. Stichwort „Customer Experience“ – und die passiert eben sehr viel im analogen Bereich.

Hoch technologische Lösungen wie etwa, dass man potenziellen Kunden über Einloggpunkte via Handy quer durch Österreich folgt, um ihm maßgeschneiderte Infos zum richti-



© Peter Ströbl

Tina Kasperer: „Konsumenten schließen zwar online ab, aber die Aufmerksamkeit wird offline generiert.“

gen Zeitpunkt zuzusenden: Das ist beeindruckend und klingt verführerisch. Wir bleiben aber damit im digitalen Raum; und Multisensorik und analoges Erleben schafft immer noch mehr Impact.

Neue Kontaktmöglichkeiten

Spannend sind die neuen Möglichkeiten, die Kontaktchancen von OOH über Smartphones der Passanten im Umkreis zu messen. Das sind sehr simple und

einfache Möglichkeiten, die uns die technologische Entwicklung laufend liefert. Ich bin gespannt, wann die Plakatmessungen auf diese schnellere und billigere Methode umschwenken.

Wie weit Spracherkennung und Sprachsteuerung – Stichwort Alexa – uns die Möglichkeit geben wird, die Zielgruppen und ihr Verhalten noch tiefergehend zu analysieren, wird sich zeigen. Das ist sicher der ganz große nächste Trend, nachdem Bewegtbild Standard geworden ist.

Gegentrend User-Abschottung

In diesem Zusammenhang ist es vom professionellen Standpunkt her erfreulich, wie bereitwillig die Konsumenten ihr höchst persönliches Leben tracken lassen. Persönlich finde ich diese Möglichkeiten sehr gruselig und ich bin mir sicher, dass es in absehbarer Zeit auch einen Gegenteil von Abschottung des Individuums bezüglich Datengenerierung geben wird. Wie auch immer – es bleibt spannend!

”

Ja, die Konsumenten schließen zwar online ab, aber die Aufmerksamkeit wird offline generiert.

Tina Kasperer
Geschäftsführerin
Allmediabizz

“