

direkt für die entsprechenden Kanäle anwendbar werden.

medianet: Sie haben die ‚bessere mobile Nutzererfahrung‘ angesprochen. Was kann man sich darunter vorstellen?

Wöber: Nutzer erwarten insbesondere eine schnelle Nutzererfahrung. Über 50 Prozent der Konsumenten brechen den Ladevorgang einer Webseite ab, wenn dieser länger als drei Sekunden dauert. Darüber hinaus erwarten sie laut einer Studie aus UK eine personalisierte Nutzererfahrung. Bisher ist der Sign-up-Prozess bei vielen Webseiten noch zu langwierig, und Nutzer haben häufig Schwierigkeiten beim Login und Check-out. Hier können sie einerseits die angesprochenen Technologien wie Accelerated Mobile Pages nutzen, um die Ladezeiten drastisch zu senken, und andererseits weitere neue Webtechnologien wie beispielsweise das ‚One-Tab-Sign-up‘



© JMC

oder das ‚Auto-Sign-in‘, die ein Sign-up mit nur einem Klick ermöglichen. Ich empfehle Kunden, sich mit diesen Technologien und deren Anwendungsmöglichkeiten vertraut zu machen. Der deutsche Bundesverband für digitale Wirtschaft hat hierzu einen Leitfaden mit konkreten Beispielen veröffentlicht.

Speaker

Dominik Wöber stand auch schon letztes Jahr beim Mobile Marketing Innovation Day auf der Bühne.

medianet: Sie haben angesprochen, dass man bei Google seine User bestmöglich unterstützen möchte.

Wöber: Richtig. Ich finde vor allem die Entwicklung beim Google Assistant interessant, zu dem Google vor Kurzem bei der Entwicklerkonferenz Google I/O viele Neuerungen vorgestellt hat. Eine Neuerung ist ‚Google Duplex‘ – eine komplexe Technologie, die es Konsumenten bald ermöglichen wird, Aufgaben wie z.B. die Reservierung eines Friseurtermins an den Assistenten abzugeben. Dieser ruft dann im Hintergrund den Friseur an und stimmt den Termin mit der jeweiligen Person ab – wie in einem natürlichen, menschlichen Gespräch. Diese Entwicklung finde ich unglaublich spannend, da es den Menschen Routineaufgaben abnehmen kann und so zunehmend mehr Zeit für interessante und schöne Dinge im Leben freischaufeln kann.

KAMPAGNEN IN TV UND ONLINE SYNCHRONISIEREN



- Parallele Aussteuerung von Online- und TV-Werbung
- Automatisierte Synchronisation ohne Mehraufwand
- Mehr Effizienz durch gezielte Kontakte

Mehr Infos auf www.united-internet-media.at

united
internet
media