

Definition der Zielgruppe schon das Ende der Fahnenstange. Programmatic wird meist deutlich unter den maximalen Möglichkeiten angefragt und umgesetzt.

Anders bei reinen Social Media-Kampagnen mit klarer Zielsetzung oder Fundraising im Web. Hier muss seitens der Agentur intensive Vorarbeit und Datenexploration geleistet werden, bevor umgesetzt wird. Aber auch in so einem Fall geht das nur gemeinsam mit dem Kunden und mit den Datenbeständen des Kunden.

Neue Realität

Radikaler Perspektivwechsel im Marketing: von produkt- und markenzentrierter Kommunikation hin zum Konsumenten mit seinen Bedürfnissen und Themen. In Kürze wird Content Marketing eine vollkommen etablierte und integrierte Disziplin sein.

Content Marketing ist für manche Ziele ideal – Stichwort

”

Für viele Kunden ist die Vorstellung, von einer der riesigen Mediaagenturen betreut zu werden, nicht besonders attraktiv.

Tina Kasperer

Vertrauensaufbau, Kundennähe, Produktdetails und Info-Update. Für andere Zielsetzungen kann es nur eine Begleitmaßnahme sein – Stichwort Branding. Es ist Teil der vielen digitalen Möglichkeiten und sollte zumindest immer mitgedacht werden.

“

Internationale Pitches

Media- und Werbeagenturen müssen sich zukünftig mehr um internationale Pitches kümmern. Sonst werden die kleinen von den großen und schnellen Fischen gefressen werden.

Klares Nein! Wir bieten regionalen Kunden regionales Service. Für viele mittelständische Kunden ist die Vorstellung, von einer der riesigen Mediaagenturen betreut zu werden, nicht besonders attraktiv. Daher sehen wir diese Kunden als unsere Klientel an – und sind seit Jahren damit erfolgreich.

Orientierung ist gefragt

Viele Werbekunden sind heute mit dem granulierten Medienangebot und dem komplexen Verhalten ihrer Konsumenten extrem gefordert. Von den Agenturen verlangen sie deshalb in erster Line Orientierung. Der Beratungsaufwand ist deutlich angestiegen, und Mediaagenturen

reagieren darauf mit einem noch stärkeren Personalausbau in den Beratungs- und Planungs-Units.

Vertrauen des Kunden in die Leistung der Agenturen ist die Basis. Natürlich bilden wir uns ständig weiter, bleiben am Ball und geben unseren Kunden Orientierung. Dazu gehört auch die Durchführung von Workshops für unsere Kunden zur intensiven Informationsvermittlung. Kurzfristig mag damit mehr Arbeitsaufwand verbunden sein. Mittelfristig profitieren alle Seiten von einem Kunden, der sowohl seine Konsumenten als auch deren Medienverhalten gut kennt.

Tina Kasperer ist Eigentümerin der Mediaagentur Allmedia-bizz GmbH, und auch Mitglied des wissenschaftlichen Beirats der FH St. Pölten und seit 2013 auch Veranstalterin des Media Award.

nfon.com

Sicherheit ist
unbezahlbar.
Und günstig.



NFON
Die Cloud-Telefonanlage

Die Telefonanlage einer neuen Generation.

Für Ihre Businesskommunikation gehen wir auf Nummer sicher. Höchste Datenschutzstandards, maximale Ausfallsicherheit und Qualität „made in Germany“ – darauf verlassen sich schon mehr als 15.000 Unternehmen. Und damit Sie nicht nur sicher, sondern auch günstig telefonieren, rechnen wir nur exakt die Nebenstellen ab, die Sie tatsächlich nutzen. Hört sich doch gut an. Entdecken Sie mit NFON die neue Freiheit der Businesskommunikation.