

Digital-Agenturen wird es sein, dass wir vernetzter über alle Disziplinen der Kommunikation denken müssen, strategischer an Projekte herangehen müssen und da blicke ich sehr zuversichtlich in die Zukunft, da wir hierfür allerbeste Voraussetzungen haben.

#### Führungspitze

Petra Huber-Ackerl und Markus Huber, Geschäftsführer SMC Social Media Communications.

”

*Für mich bedeutet Dialog Excellence, dass Mensch, Prozesse und Verständlichkeit im Einklang mit technologischem Fortschritt sind. Das bedeutet auch, Potenziale zu erkennen und Prozesse laufend zu optimieren.*

“

Markus Huber



Die DSGVO hat sehr wohl Auswirkungen auf das klassische Dialogmarketing, daher musste im letzten Jahr, wenn es um die Speicherung und Dokumentation von Nutzerdaten ging, stark umgedacht werden: Wie anonymisiert man die Daten bestmöglich und kann trotzdem auf die Bedürfnisse eines Nutzers zugeschnitten Aktionen setzen; das geht mithilfe digitaler Medien auch besser, als mit alten herkömmlichen Datenbanken.

**medianet:** Einer der Key-Faktoren in der Gegenwart und noch mehr in der Zukunft des Dialogmarketing wird die Künstliche Intelligenz sein. Hatten Sie schon Künstliche Intelligenz bei Ihren Projekten im Einsatz, und wenn ja, wie erfolgreich war die Umsetzung?

**Huber:** Wir haben bereits einige Dialogkampagnen mit einer AI

(einem Chatbot) durchgeführt. Hierbei handelt es sich um eine automatischen Voucher-Kommentar-Bot in Sozialen Medien.

Das war eine sehr erfolgreiche Aktion und ich freue mich auf viele ähnlich spannende Maßnahmen, die bereits in der Pipeline sind.

**medianet:** Gehen wir technisch weiter. Wie sehen Sie das Potenzial bei Connected Cars als Instrument des Customer Relationship Managements im Dialogmarketing?

**Huber:** Das wird noch ein extrem spannender Bereich werden. Stellen Sie sich einmal vor, Sie fahren mit Ihrem Auto in den Urlaub, stellen Ihren Wagen in einem Parkhaus ab und bekommen automatisch eine Empfehlung passender Restaurants im Umkreis angezeigt und diese sind dann vielleicht auch gleich noch auf Ihre Gewohnheiten abgestimmt.

Das wird aus meiner Sicht auch die zukünftige Einnahmequelle der Automobilhersteller werden.

Daher: Die Hersteller werden künftig als Medium auftreten, so wie wir es heute bei Google oder Facebook gewohnt sind. Aus derzeitiger Sicht glaube ich hier, dass nicht Google künftig die Nase vorn haben wird, sondern, dass es die chinesischen Hersteller sein werden, die hier derzeit extrem viel im Entwicklungsbereich investieren.

**medianet:** Zu guter Letzt, die wesentlichste aller Fragen für eine erfolgreiche Dialogagentur – wie sehen die Ziele von SMC Social Media Marketing für die Zukunft aus?

**Huber:** Wir versuchen, die neuesten Trends zu erkennen und für die Kunden einzusetzen, wo es auch Sinn macht. Die Welt ist voller Möglichkeiten und diese gilt es für unsere Kunden und für uns als Agentur zu erkennen und zu nutzen.

### xpert.Ranking Dialog

Rang	Agentur	Basket 1	Basket 2	Basket 3	Rating
1	SMC Social Media Com	30,00	24,38	40,00	94,38
2	W1 Omnichannel	27,50	16,67	37,28	81,45
3	Österreichische Post AG	29,00	19,08	33,06	81,14
4	Herold Business Data	13,0	19,65	36,80	69,50