



# Dialog: Top 3 Gesamtwertung

**Top-Agenturen** Die drei besten Dialogmarketing-Agenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus allen Baskets.

1 ranking	<b>SMC</b>	<b>Basket 1:</b> 30,00 Pkt.	<b>Basket 2:</b> 24,40 Pkt.	<b>Basket 3:</b> 40,00 Pkt.	<b>94,40</b> rating points
2 ranking	<b>W1 Omnichannel</b>	<b>Basket 1:</b> 27,50 Pkt.	<b>Basket 2:</b> 16,70 Pkt.	<b>Basket 3:</b> 37,30 Pkt.	<b>81,50</b> rating points
3 ranking	<b>Österreichische Post AG</b>	<b>Basket 1:</b> 13,00 Pkt.	<b>Basket 2:</b> 19,10 Pkt.	<b>Basket 3:</b> 33,10 Pkt.	<b>81,10</b> rating points

## Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (30 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (30 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

**medianet:** Die Basis des xpert. award ist das Jahr 2018. Wie ist es aus Ihrer Sicht verlaufen?

**Markus Huber:** 2018 war generell ein sehr spannendes Jahr mit vielen neuen Kunden und Projekten. Das Dialogmarketing wird von Jahr zu Jahr digitaler, was uns natürlich in die Hände spielt. Man lernt aus jedem Projekt und es entwickeln sich laufend neue Einsatzmöglichkeiten. Wir haben hierzu unseren eigenen Social Media Sales Funnel entwickelt. Wie in allen Bereichen des Marketings, aber auch generell der Wirtschaft, gilt: das höchste qualitative Niveau bieten. Höchste Qualität und echte Expertise zu bieten, ist unser A und O und zum Glück folgt so auch der Erfolg auf Schritt und Tritt.

**medianet:** Dieser Erfolg, den Sie beschreiben, schlägt sich auch in diversen Projekten im Laufe des Jahres nieder. Welches war das spannendste und welches das auffälligste Projekt 2018?

**Huber:** Grundsätzlich sind alle unsere Dialogmarketing-Projekte etwas ganz Besonderes und keines gleicht dem anderen. Ein sehr spannendes Projekt haben wir für eine österreichische Onlinebank gemacht, wo wir am Ende ganz genau wissen, was uns ein neuer Kunde über die jeweilige Aktivität kostet.

**medianet:** Neben den Kundenprojekten gibt es in den meisten Agenturen interne Projekte, die dafür sorgen, dass sie immer auf dem neuesten technischen Stand bleiben, ihre Methoden verfeinern und mit den aktuellsten Daten arbeiten können, damit sie sich stetig weiterentwickeln. An welchen Stellen schrauben arbeitet SMC Social Media Communications in aktuellen internen Projekten?

**Huber:** Wir arbeiten an der Weiterentwicklung unserer eigenen Tracking-Tools. Derzeit können wir mithilfe unserer Tools messen, was ein Neukunde, ein Einkauf auf einem Webshop, ein neuer Lead über welche Maßnahme kostet. Künftig wollen wir uns noch intensiver damit beschäftigen, was danach passiert, nachdem jemand Kunde ist. Hier hatten wir 2018 bereits ein Projekt, wo es über Loyalty-

Projekte hinausging und wir uns intensiv damit beschäftigt haben, wie wir aus Kunden Ambassadors machen.

**medianet:** Im letzten Jahr haben Sie also anscheinend an den richtigen Optimierungsmaßnahmen gearbeitet?

**Huber:** 2018 hat sich der Anteil an Social Media-Dialogkampagnen verdoppelt, und ich rechne auch dieses Jahr wieder mit einem derartigen Anstieg der Kampagnen.

**medianet:** Wenn wir unter Berücksichtigung der letztes Jahr eingeführten, aktualisierten Datenschutzgrundverordnung nach vorn schauen, wo sehen Sie die Herausforderungen in der Zukunft für Werbeagenturen und für SMC im Speziellen?

**Huber:** Die große Herausforderung für uns Dialog- und

... Von Skender Fejzuli

Das Team von SMC Social Media Communications erhält die Auszeichnung „Gewinner“ in der Kategorie „Dialogmarketing“. Im ersten Interview nach dem Sieg spricht Markus Huber CEO SMC, mit medianet über den Erfolg des letzten Jahres, die aktuellen Entwicklungen und die Pläne für die Zukunft der Wiener Agentur.

„Wir stärken die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden nachhaltig.“

**Markus Huber**  
CEO SMC

“