



© Martina Berger

Volles Service durch Dialog

Für W1 Omnichannel Marketing hat das Jahr gut begonnen. Volle Auftragsbücher und die Auszeichnung bei den **medianet xpert**.awards sorgten für einen Jumpstart.

••• Von Dinko Fejzuli
und Sascha Harold

Emanuel Brandis, Managing Partner bei W1, fasst das bisherige Jahr gut zusammen: „2019 hat so rasant begonnen, dass wir schon Ende Jänner das Gefühl hatten, dass gleich Ostern ist.“ Viele laufende Projekte, dazu einige Neuakquisitionen, haben für einen Jumpstart in das neue Jahr gesorgt. Anfang April kam dann noch die Auszeichnung bei den **medianet**

xpert.awards als zweitbeste Dialogmarketing-Agentur des Landes dazu. W1 ist einerseits ein Marketingunternehmen und andererseits ein IT- und Daten-spezialist mit eigens entwickelten Systemen.

Zu den Stärken der Agentur zählt der Fokus auf Individuallösungen. „Eine Standard-System ist gut, um ein Standardproblem zu lösen. Unsere Stärke ist aber, eine Individualsoftware für einen Auftraggeber zu entwickeln, mit der auch individuelle Aufgabenstellungen gelöst wer-

den können“, führt Brandis aus. Der Fokus, der bis jetzt vor allem auf Kunden aus dem österreichischen Markt liegt, soll nun auch auf den gesamten deutschsprachigen Raum ausgeweitet werden.

Alles aus einer Hand

Spezialisiert hat sich die W1 bisher vor allem auf Kunden aus dem Automotive- und dem Retail-Bereich; Palmers setzt etwa schon viele Jahre auf die Dienste der Agentur. Der Fokus von W1 liegt dabei auf der vernetzten

Betrachtung aller Werbekanäle. „Was langsam in den Führungsebenen durchsickert: Wenn ich verschiedene Spezialagenturen beschäftige und die Ergebnisse selbst zusammenführe, fehlen mir die Erkenntnisse zu den Zusammenhängen; daher bieten wir unseren Kunden alles aus einer Hand“, so Brandis.

Demnächst steht die Erweiterung des Kundensegments auf den Pharma- und Medizin-Bereich an – auch, weil sich die speziellen Kundenbedürfnisse in diesem Bereich mit jenen aus