



Dialogmarketing im Zeitalter der Digitalisierung

In Zukunft müssen sich Unternehmen und Marken mehr um die Konsumenten kümmern – um die, die bereits Kunden sind, und um jene, die es werden möchten.

... Von Oliver Vogel

Es führt kein Weg daran vorbei, dass sich Unternehmen und Marken mehr um jene Konsumenten kümmern, die bereits ihre Kunden sind. Und um solche, die ihr Interes-

se bekundet haben, Kunde zu werden, indem sie ihre E-Mail-Adresse zur Kontaktaufnahme hinterlegt haben.

Lassen Sie sich davon überraschen, was mit kleinen Schritten bereits alles möglich ist und welchen Mehrwert die eigene Marketingabteilung für das Ge-

samtunternehmen generieren kann, wenn sie verschiedene digitale Kanäle miteinander synchronisiert.

Display Banner als Verstärker

Eine enorme Effizienzsteigerung bewirkt die Synchronisation von Display Banner mit dem

Kanal Newsletter. Nachdem wir Menschen in vielen Fällen mehrere Anstöße benötigen, um ins Handeln zu kommen, bietet sich der Display Banner als Verstärker an, um die Message eines Newsletters noch besser in einen Kauf zu konvertieren.