

Mit #happyend

SPS Marketing hat viele große Kunden und unterstützt diese im Bereich der B2B-Kommunikation. Nun startet man auch mit einem App-Angebot.

LINZ/STUTTGART. Die Agentur SPS Marketing hat sich voll und ganz der B2B-Kommunikation verschrieben. Dabei verfolgt man stets das Ziel, erstklassige Kommunikationslösungen für erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen zu schaffen.

Die Kundenliste der Agentur spricht für sich; hier reihen sich Magna, Miba, Greiner Packaging, Elin Motoren, Hammer Aluminium Industries, LiSEC, Lincoln Electrics, Bosch Rexroth oder voestalpine uvm. aneinander.

Im Interview sprach Gerhard Preslmayer unter anderem über aktuelle Entwicklungen und die neue App der Agentur, „hAPPYdo“.

medianet: Das Jahr 2019 neigt sich nun langsam dem Ende zu. Wie erging es SPS Marketing?

Gerhard Preslmayer: Zum einen haben wir unsere Organisation zukunftsfit gemacht und Tamara Grünzweil in die Geschäftslei-



© SPS Marketing/EOS Fotografie (2)

”

Dennoch benötigen meiner Meinung nach Unternehmen externe Dienstleister, die als Sparringpartner andere Sichtweisen und frischen Input einbringen.

“

tung geholt. Tamara Grünzweil hat bereits seit zwei Jahren als Head of Designstudio eine verantwortungsvolle Rolle bei SPS Marketing inne. Diese Erweiterung ist unserer intensiven Auseinandersetzung mit Trends im B2B-Bereich geschuldet.

Gleichzeitig haben wir damit unsere Schlagkraft erhöht, um die spannenden und herausfordernden Projekte für unsere Bestandskunden und Neukunden umsetzen zu können.

medianet: Zum Beispiel?

Preslmayer: Ein sehr spannendes und erfolgreiches Projekt war und ist eine globale Mitarbeiter-App in 25 Sprachen, die wir für den Automobilzulieferer Magna umsetzen durften. Mit unserem eigenen CMS und einem wirklich tollen Front-End-System wurde die App für über 170.000 Mitarbeiter weltweit erfolgreich gelauncht. Die Application ist ein Produkt von SPS Marketing unter der Marke „hAPPYdo“ und wird gemeinsam mit dem App-Entwickler bluesource aus Hagenberg vermarktet.

Geschäftsführung

Gerhard Preslmayer, Geschäftsführer SPS Marketing, gilt als Employer Branding-Experte. Neu in der Geschäftsführung ist Tamara Grünzweil; sie war bisher Head of Designstudio bei SPS Marketing.



medianet: Sie sind wahrscheinlich der Marktführer im B2B-Marketing-Bereich. Viele große Kunden sind aber in den letzten Jahren immer häufiger dazu übergegangen, Agenturen lediglich projektweise einzusetzen. Ist die App da eine Art zusätzliche Sicherheit?

Preslmayer: Natürlich wäre es toll, wenn wir durch hAPPYdo eine stärkere Planungssicherheit erhalten können. hAPPYdo ist für sämtliche Touchpoints in der Kommunikation verfügbar und geht über die normale Mitarbeiterkommunikation hinaus.

Unser Angebot ist eine sehr einfache Sache und wir liefern dem Kunden relevanten Content in Text, Bild und Video sowie eine Vielzahl an softwaretechnischen Features. Wir sehen in der App ein großes Potenzial für die meisten Unternehmens-