

Full Service einmal anders

Wer im CRM- und Direkt- und Dialogmarketing erfolgreich sein will, braucht beides: Kreativität und Technologie. W1 Omnichannel Marketing hat das erkannt.



© Wolfgang Feininger

••• Von Sascha Harold

Ohne technologische Unterstützung sind Kampagnen heute kaum noch denkbar. Datenbanklösungen, grafische Gestaltung und moderne Analyse-Methoden sind nur einige der Teilbereiche, in denen die Hilfe technischer Mittel inzwischen unverzichtbar geworden sind.

W1 Omnichannel Marketing hat sich auf diese Entwicklungen eingestellt und begreift sich deshalb sowohl als „kreatives IT-Unternehmen“ als auch als „technische Kreativagentur. Managing Partner Emanuel Brandis bringt das Selbstverständnis auf den Punkt: „Full Service bedeutet für uns, dass jedes Projekt und jede Kampagne von Anfang an auch eine technologische Herausforderung enthält.

Bereits zu Beginn eines Projekts sitzen daher Systementwickler, Datenanalysten, Kundenberater und Kreative am gleichen Tisch und entwickeln ganzheitliche Konzepte, die kreativ wirken und technisch funktionieren.“

Neue Arbeitsweise

Modernes Dialogmarketing zeichnet sich allerdings nicht nur durch neue technologische Möglichkeiten aus; auch die

Arbeitsweise hat sich, im Vergleich zu früher, deutlich geändert. „Zeitgemäßes Marketing erfordert ein gemeinsames und paralleles Arbeiten der verschiedenen Abteilungen – kein sequenzielles, so wie das früher der Fall war“, erläutert Brandis.

Neben der starken technologischen Komponente zeichnet W1 der Hang zur Kreativität aus. „Bei uns geht es keinesfalls nur um nüchternes Program-