

Globale Soziale Medien wie Facebook, Instagram, YouTube, Twitter und Pinterest sowie LinkedIn sind sehr beständig und bieten großartige Möglichkeiten für Kunden aller Branchen. Diese Unternehmen sind aus der Medienwelt nicht mehr wegzudenken und werden weiter an Bedeutung gewinnen.

medianet: *Hat sich das Handwerk in den letzten Jahren verändert, oder sind vor allem neue Kanäle hinzugekommen?*

Huber-Ackerl: Das Handwerk ist generell laufend Änderungen unterworfen. Aktuell beschäftigt uns das Thema Tracking und Cookies extrem. Das sogenannte Private Click Measurement (PCM) könnte die Click-Tracking-Analyse nachhaltig verändern. Das PCM wird künftig fixer Bestandteil der iOS-Software sein und soll die Conversionrate von Usern bei gleichzeitigem vollem Datenschutz gewährleisten. Um mehr Datenschutz und Privat-

sphäre zu garantieren, soll die Anwendung künftig ohne Cookies auskommen.

medianet: *Wie ist SMC bisher ins Jahr 2021 gestartet?*

Huber: Wir feiern mit der SMC heuer zehnjähriges Jubiläum. Coronabedingt leiser als geplant und auch demütig und dankbar für zehn schöne, aufregende und erfolgreiche Jahre. Einige Kunden begleiten uns seit der Stunde null, darauf sind wir ganz besonders stolz. 2021 ist gut angelaufen, und wir haben große Zuversicht, dass die Entwicklung auch so weitergeht. Natürlich hoffen wir, dass die

Führungsduo

Petra Huber-Ackerl und Markus Huber, Geschäftsführer bei SMC Marketing, haben sich heuer wieder durchgesetzt.

Pandemie sobald als möglich durch eine breite Durchimpfung beendet ist und alle Branchen wieder durchatmen können.

medianet: *Werfen wir einen Blick in die Zukunft; wo möchten Sie beide mit SMC in den nächsten fünf Jahren stehen?*

Huber & Huber-Ackerl: Wir beschäftigen uns seit jeher mit der Verschmelzung von analogem und digitalem Dialogmarketing. Gemeinsam mit unseren Schwesterunternehmen der Reichl und Partner Gruppe ist es unser Ziel, unseren Kunden hier eine ganzheitliche Lösung zu bieten.



© SMC

”

Wir beschäftigen uns seit jeher mit der Verschmelzung von analogem und digitalem Dialogmarketing.

Petra Huber-Ackerl
Geschäftsführerin SMC

“