



© ML Marketing

Von Montag bis Sonntag besetzt – der ML Marketing-Newsroom ist einzigartig in der Social Media-Agenturlandschaft.

Neuer Newsroom

Als erste Social Media-Agentur im deutschsprachigen Raum arbeitet ML Marketing mit einem „Newsroom“.

••• Von Georg Sander

WIEN. Es ist das nächste Level in der ML-Geschichte: In den letzten Monaten wurde bei ML Marketing hart daran gearbeitet, um das Service sowie die Qualität auf ein neues Level zu heben. Als erste Social Media-Agentur im deutschsprachigen Raum bietet das österreichisch-schweizerische Unternehmen

seinen Kunden einen Newsroom. Der Newsroom ermöglicht ab sofort eine Social Media-Coverage von wöchentlich mehr als 112 Stunden von Montag bis Sonntag, die in Sondersituationen flexibel erweitert werden kann.

Diese neue Errungenschaft erlaubt es ML Marketing, die gesamte Live-Betreuung sowie das Community- und Krisenmanagement rund um die Kunden

außerhalb der normalen Geschäftszeiten zentral von einem modern ausgestatteten Raum aus zu bearbeiten.

Aufgestockt

Besonders in Krisenzeiten ist es erfreulich, dass die Agentur damit ihr Team um gleich sieben neue Mitarbeiter für den Aufbau und die Erweiterung dieses einzigartigen Newsrooms erwei-

tert hat. Die sieben hochqualifizierten Newsroom-Mitarbeiter lassen ab sofort ihre Redaktions-, Social Media- und Sport-Erfahrung von heimischen Medienunternehmen in die Agentur einfließen. Bis zu vier Personen werden gleichzeitig den neuen ML-Newsroom zum Leben erwecken und den Social Media-Auftritt der Kunden auf ein neues Niveau heben.

„Errungenschaft“

Michael Litschka, Geschäftsführer ML Marketing, erklärt: „Diese Errungenschaft bringt für die strategische Ausrichtung unserer Agentur einige Möglichkeiten mit sich. Ich freue mich, für unsere Kunden den Service auf ein neues Niveau zu heben und gleichzeitig auch neue Kundensegmente erschließen zu können.“

Alexander Fasching, Head of Operation ML Marketing, ergänzt: „In den letzten Monaten haben wir viel Herzblut in die Konzeptionierung des Newsrooms gesteckt. Wir wollten unsere Coverage deutlich erweitern und so einen USP für unsere Kunden schaffen. Bereits die ersten Einsätze des neuen Teams haben gezeigt, dass die neuen Mitarbeiter unser Team hervorragend ergänzen.“

Vom Ende der Cookies

e-dialog weiß, was danach passieren wird ...

WIEN. Die bekannten und beim Enduser nicht immer beliebten Cookies stehen vor dem Aus. e-dialog kann einiges an Expertise für die Zeit nach den Cookies anbieten, denn wer sich nicht auf die Zeit vorbereitet, wenn es sie nicht mehr gibt, wird erhebliche Einbußen hinsichtlich des Online-Marketings hinnehmen müssen. Das ist aber vor allem eine Chance, da mit dem Ende

der Cookies die Themen User, Privacy und Compliance mehr in den Vordergrund rücken.

Wer sich damit frühzeitig auseinandersetzt, kann nur gewinnen. e-dialog bietet spezielle Workshops zu genau diesen Themen an und konnte damit auch schon führende heimische Unternehmen von sich überzeugen. Am Ende verbessert sich die Customer Journey. (red)



© APA/dpa/Lino Mergeler

Es kommt eine Zeit nach den Cookies, auf die man vorbereitet sein sollte.