

Ein neues Baby für kraftwerk

Beyond Data: kraftwerk will die Kunden am Markt erfolgreicher machen. Dazu gibt's eine neue Tochter.

Team

Heimo Hammer, CEO von kraftwerk, und Stefan Reich, der die Geschicke der Tochter Next One führt.

WIEN. „Manche Agenturen googeln bei Daten noch herum, andere Agenturen haben sich auf Daten spezialisiert, aber Beyond Data bedeutet, auf Daten aufbauend Kunden am Markt erfolgreicher zu machen“, so Heimo Hammer zum neuesten kraftwerk-Baby. Deshalb hat kraftwerk sein Agentur-Ecosystem um „Data Intelligence“ erweitert und berät Kunden dabei, aus Markt- und Kundendaten Strategien neu zu denken, um daraus gewinnbringende Maßnahmen umzusetzen.

Neuer Chef der Tochter

Angeführt wird die kraftwerk-Tochter Next One von Geschäftsführer Stefan Reich, der nach einem halben Jahrzehnt in einer führenden Position der Digital Media-Agentur SlopeLift und mit einem MBA in Data Science in der Tasche der neue Herr der Daten bei kraftwerk-Kunden ist. „In der Regel sind die meisten Kunden mit der Situation konfrontiert, dass sie zwar Daten



gesammelt und intern die Bedeutung von Daten erkannt haben, aber nicht immer so weit sind, eine Datenstrategie zu entwickeln und diese gewinnbringend einzusetzen“, skizziert Reich den Status quo vieler nationaler und internationaler Unternehmen.

Die Strategen und Data Scientists von Next One sind die gute Sparringpartner für kraftwerk-Kunden, um durch eine auf den Kunden perfekt abgestimmte Datenstrategie Beyond Data Experience zu liefern.

Alte und neue Kunden

Die 81 bestehenden nationalen und internationalen Kunden von kraftwerk dürften sich freuen, wenn das Portfolio von Consulting, Advertising, Technology um Data ergänzt wird. Auch in der kraftwerk-Agentur hat sich

in den letzten Monaten einiges getan. So konnten die VIG, Palfinger, Global Trust, POS AG, AUVA, Tenfold und Greenpass als Neukunden gewonnen werden.

Bei der VIG wurde kraftwerk mit dem Relaunch beauftragt, bei dem 50 Versicherungsgesellschaften europaweit ein neues Group-Portal bekommen, welches die Internationalität und Diversität der VIG hervorheben wird.

kraftwerk freut sich auch, die digitale und globale #reachanything-Kampagne für den Global Player aus Salzburg, Palfinger, umsetzen zu dürfen. Bei der digitalen Kampagne geht es um 90 Jahre Palfinger, B2B, B2C und um digitale Leadgenerierung, wobei das Zusammenspiel zwischen den Profis des Unternehmens und kraftwerk perfekt funktioniert.

Auch kraftwerk technology, wo die Kunden in der digitalen Transformation mit Business-Applikationen begleitet werden und Mehrwert durch Beyond Technology geschaffen werden soll, kann sich über einen Neukunden freuen.

Und noch einer

Denzel Bank fährt mit kraftwerk und konzipiert und entwickelt die digitale Antragsstrecke zur Online-Finanzierung neu. Dabei wird der komplette Prozess von der Finanzierungskalkulation bis hin zum rechtskräftigen Kauf- und Finanzierungsvertrag automatisch abgewickelt. Zusätzlich wurde die Agentur auch noch mit der Konzeption und Entwicklung der Denzel Bank Sales-App für Vermittler von Bar- und Kleinkrediten beauftragt. (gs)

”

Die meisten Kunden sind mit der Situation konfrontiert, dass sie die Bedeutung erkannt haben, aber nicht immer so weit sind, eine Datenstrategie zu entwickeln.

Stefan Reich
Geschäftsführer
Next One

“