

Das ist die Jury des Staatspreises

Diese elf Experten entschieden, wer ausgezeichnet wird.



© Mazda

Andreas Eizenberger
Senior Manager Marketing bei Mazda Austria



© Niceshops

Carina Hödl
Lead Software Engineering & Infrastructure, Lead Employer Branding Niceshops



© proPellets Austria

Doris Stiksl
CEO bei pro-Pellets Austria



© Mario Debaroli

Karlheinz Kindler
Präsident Marketingclub Vorarlberg, Referent IV Vorarlberg



© Barbara Wirtl

Katharina Sigl
GF FBI (Forschungsverband der österreichischen Baustoffindustrie), MCÖ



© WU

Monika Koller
WU, Institutsvorständin Marketing & Consumer Research



© Porsche Lenzeder

Jürgen Lenzeder
Leiter Vertrieb & Marketing Porsche Österreich



© Knura

Willy Lehmann
Inhaber Willy Lehmann Markenagentur, Universitätslektor ExAc WU Wien



© Rukapol

Horst König
Geschäftsführender Gesellschafter Rukapol Sicherheitschuhe GmbH



© Christian Miles

Thomas Kohlert
BMAW – Leiter Abteilung Informationsmanagement



© MCÖ Graz/Oliver Wolf

Thomas Foscht
Präsident Marketing Club Graz, Vorstand Institut für Marketing, Dekan Wirtschaftsuniversität

FREUDE UND DANK

„Hohes Ansehen in der Wirtschaft“

WIEN. Thomas Foscht, Präsident des Marketing Club Graz und Juryvorsitzender, ist von der Bedeutung des Staatspreis Marketing überzeugt: „Der Staatspreis Marketing genießt hohes Ansehen in der Wirtschaft und der Marketingbranche. Die Auszeichnung signalisiert höchste Qualität und exzellente Performance im Marketing. Gewinner des Staatspreises profitieren nicht nur von erhöhter Sichtbarkeit und Anerkennung, sondern auch von einer stärkeren Marktposition und gesteigertem Vertrauen bei Konsumenten und Geschäftspartnern.“

Dank an die Jury

Die Jury hat es sich zur Aufgabe gemacht, die besten Marketingprojekte des Landes zu identifizieren und zu würdigen. „Mit großer Sorgfalt und Expertise wurden die eingereichten Projekte geprüft, um sicherzustellen, dass der Staatspreis an den verdientesten Empfänger geht“, so Foscht.

Close-the-Loop: Kontinuierlicher Kreislauf

KI-gestütztes, selbstlernendes Ökosystem optimiert das Kundenerlebnis.

WIEN/MÜNCHEN. Contentserv, führender Anbieter von Product Information Management (PIM) und Product Experience Management (PXM) Systemen, führt mit dem „Close the Loop“-Ansatz ein neues, Künstliche Intelligenz-gestütztes Konzept ein. Ziel ist ein selbstlernendes Ökosystem, das den gesamten Lebenszyklus der Produktinformationen umfasst – von der

Erstellung über die Veröffentlichung bis hin zur Analyse des Nutzerfeedbacks und der kontinuierlichen Optimierung.

Mit „Close the Loop“ werden personalisierte und kontextualisierte Produktinhalte bereitgestellt. So können positive Kundenrezensionen automatisch in Produktbeschreibungen integriert werden, um die Konversionsrate zu steigern. „Es geht

darum, einen kontinuierlichen Feedback-Kreislauf zu schaffen“, sagt Michael Kugler, CEO von Contentserv.

Die Vorteile von „Close the Loop“: Effizienzsteigerung, verbesserte Inhaltsqualität und ein besseres Verständnis der Zielgruppe. CEO Kugler ist überzeugt, dass Unternehmen aller Branchen von diesem Konzept profitieren können.



© Charles Delvicio/Unsplash