

## Drei Trends für 2016 für Erfolg im Marketing

**Frank Zahn, CEO von Exozet: „Marketing wird 2016 schneller, konkreter, direkter und damit erfolgreicher.“**

*Das neue Jahr birgt für Unternehmen besondere Chancen. Dank Digitalisierung können sie in noch direkteren Kontakt mit ihren Zielgruppen kommen. So werden sie zum treuen Gefährten auf der Customer Journey und schaffen mithilfe von Marketing Automation, Cloud Signage und Virtual Reality eine größere Anzahl von Touchpoints als bisher. Marken werden intensiver erlebbar und nachhaltiger vom Kunden wahrgenommen. Frank Zahn, CEO von Exozet, sagt: „Diese Trends gelten sowohl für den B2B- als auch den B2C-Bereich. Marketing wird 2016 schneller, konkreter, direkter und damit erfolgreicher.“*

Berlin, 18. Januar 2016 Der bekannte Ausspruch von Henry Ford „fünfzig Prozent bei der Werbung sind immer rausgeworfen. Man weiß aber nicht, welche Hälfte das ist“ wird obsolet. Durch customer-centric Applications und automatisiertes Marketing kommt es zu der logischen Verknüpfung von IT und Marketing – mit dem Resultat einer holistischen User Experience. Big Data offenbart einen Einblick in den Alltag der Zielgruppen und ermöglicht eine direkte Kommunikation, bei der die Zwischentöne nicht verloren gehen. Denn gerade durch die Synchronisationen verschiedener Tools lassen sich ungewohnt detaillierte Erkenntnisse gewinnen. Diese Entwicklung wird vor allem für mittelständische Betriebe relevant, die auf einem globalisierten Markt bestehen wollen.

**Marketing Automation** wertet in Echtzeit die Interessen der jeweiligen Zielgruppe aus und gibt belastbare Vorhersagen, was sie als nächstes wünscht. Frank Zahn, CEO von Exozet, der Agentur für Digitale Transformation, sagt: „Bisher haben User ihre Google-Suche immer wieder aufs Neue z.B. in Adwords vorgeschlagen bekommen. Dabei hat der User vielleicht längst die Daunenjacke, über die er sich informiert hat, im Geschäft um die Ecke gekauft. Jetzt wäre er eigentlich offen für Handschuhe oder Moonboots oder die Reise in den Winterurlaub. Auf Grundlage von Big Data vermag Marketing Automation all das vorauszusagen und dem Kunden individuell entsprechende Vorschläge zu machen. Exozet bietet seinen Kunden deswegen ab 2016 die Exozet Marketing Cloud an, die Big Data mit Automatisierung verknüpft.“

Technologische Innovationen stehen in einer immer schnelleren Taktung der breiten Öffentlichkeit zu Verfügung, dies bei wachsender Nutzerfreundlichkeit. Das gilt auch für Digital Signage Interfaces. Heutzutage sind die Kosten für diese Technologie minimal, sodass **Cloud Signage** Marketingstrategien nachhaltig ergänzt und aufwertet. Mit dynamischem Content können Unternehmen eine einheitliche Strategie verfolgen, die zuvor in solcher Präzision einfach nicht möglich war. Gerade weil Kunden immer öfter ihren eigenen digitalen Fingerabdruck bei sich tragen, können Botschaften noch direkter, noch zielgenauer transportiert werden. Egal welches Device, gleich ob kleines Smartphone oder großes Cloud Signage Screen am Point of Sale: Die vom Kunden individuell benötigte Information kommt an.

Dank der vergangenen Dezember erschienenen Samsung Gear VR ist das Thema Virtual Reality beim Endverbraucher angekommen. Diese VR-Brille ist eine Erweiterung für das Smartphone aus dem Hause Samsung und kompatibel zum Galaxy S6, S6 edge und S6 edge+. Das erste Ausprobieren von **Virtual Reality** ist dabei noch einfacher und preiswerter: Mit einem einfachen Google Cardboard, letztlich ein Pappgestell, in das man sein Smartphone steckt und auf dem VR-Applikationen laufen.

Frank Zahn sagt: „Es ist abzusehen, dass es im nächsten Jahr mit ähnlich hoher Geschwindigkeit weitergehen wird. HTC und Valve hatten eigentlich vor, ihren VR Device HTC Vive am Ende des letzten Jahres vorzustellen. Aber aufgrund eines sehr großen technologischen Durchbruchs wurde die Präsentation auf April 2016 verschoben. Wer bei solchen Ankündigungen nicht hellhörig wird, der wird das Beste verpassen. Wir von Exozet öffnen auf jeden Fall schon jetzt die Augen und sind bereit, die Zukunft zu sehen.“ Doch gleich welche technische Neuerung den Markt erschüttern wird, wichtig ist es, offen zu bleiben und genau hinzuhören, um den Anschluss nicht zu verpassen. Digitale Transformation bleibt Chefsache.

### **Über Exozet**

Exozet, die Agentur für Digitale Transformation, arbeitet für Unternehmen aus den Branchen Medien, Entertainment, Brands, Start-ups, Finance, Telekommunikation sowie für öffentliche Auftraggeber. Mit rund 130 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Berlin, Potsdam-Babelsberg und Wien berät und gestaltet sie seit 1996 den Digitalen Wandel in Unternehmen wie z.B. Axel Springer, BBC, Red Bull, Audi und Deutsche Telekom. Bereits mehrfach wurde das Unternehmen ausgezeichnet, zuletzt 2015 mit einem Digital Emmy.

### **Kontakt:**

Bei Fragen oder Interview-Wünschen wenden Sie sich gern an: Clemens Glade | Public Relations

clemens.glade@exozet.com | T: +49 30 24 65 60-220

exozet.com | facebook.com/exozet | xing.com/company/exozet