

MEDIENMANAGER, MARKT



Copyright mindshare

Leopold Gröbl, Strategy Director der Agentur Mindshare Österreich

Weitere Beiträge zum Thema:

Dominanz der Bilder

30.08.2017

Täglich werden Millionen an Fotos und Videos hochgeladen und geteilt. Für das Targeting ist das eine große Herausforderung.

"Vorwärts schauen": Die Österreichischen Medientage 2017

16.08.2017

Am 20. und 21. September 2017 finden Österreichischen Medientage unter dem Motto "Vorwärts schauen" statt.

Breitseite gegen Google & Co.

02.08.2017

Internationale Medienhäuser kooperieren, um Vermarktung und Leserschaft nicht gänzlich an Riesen wie Facebook oder Google zu verlieren.

Finanzdienstleister setzen auf CM

03.07.2017

Die Salzburger Finanzdienstleister nutzen verstärkt Content Marketing und Corporate Publishing. Ein Info-Magazin soll potenziellen Kunden zeigen, in welchen Lebenssituationen eine Beratung durch einen Finanzdienstleister nützlich...

Print first?

03.07.2017

In Österreichs Zeitungs-Newsrooms passt man sich nur langsam der digitalen Zukunft an. "Onlinefirst" ist ein Motto, das sich bei den heimischen Tageszeitungen nur selten findet. Während man im internationalen Vergleich...

Von Big zu Smart Data

zurück

30.08.2017

Die Menge an Informationen über potenzielle Kunden ist fast unendlich, nun müssen die passenden Datensignale richtig interpretiert werden.



Die Datenvielfalt im digitalen Ecosystem ist schier grenzenlos: Playlists in Webradio-Diensten wie Spotify, Videoabrufe in TV-Theken, Online-Recherche und -Kaufverhalten, Postings, Reactions und Comments in Social Media, sowie GPS-Daten über mobile devices. Und diese Vielfalt steigt, ist Leopold Gröbl, Strategy Director der Agentur Mindshare Österreich, überzeugt: „Aus dieser Masse an Daten gilt es, jene entscheidenden Momente in der Consumer Journey zu erkennen und passend darauf zu reagieren.“ Ausgehend vom Ziel einer Kampagne können individuelle Datenstrategien im Zuge der Kampagne genutzt werden, erklärt Gröbl: „Smart Data, also identifizierbare Signale aus dem schier unüberschaubaren Big Data-Pool, ermöglicht hierbei von Kampagnenkonzeption bis Distribution die Chance, aktuelle Bedürfnisse der Menschen herauszufiltern und Usern den richtigen Content zur richtigen Zeit zur Verfügung zu stellen.“ In der Mediaplanung wird an diesen so genannten Smart Data-Konzepten bereits heftig gearbeitet. Die Bandbreite beginnt bei der Kampagnen-Idee, getriggert durch Kommentare und Meinungen aus Blogs, bis zum finalen Kauf oder Lead zum Beispiel durch die Nutzung von konkreten Daten aus Warenkörben großer e-Commerce Unternehmen, erläutert Gröbl mögliche Varianten.

Blick in die Zukunft. Die intelligente Nutzung von Big Data spielt bereits jetzt eine große Rolle in der Mediaplanung, so der Mindshare-Experte weiter: „Die Zukunft liegt darin, noch viel mehr über Big Data zu lernen.“ Die Kernfrage sei, aus welchen Daten wirklich smarte Insights gewonnen werden können, ohne gleichzeitig Potenziale außen vor zu lassen: „Die richtige Balance zwischen Masse und individuellem Clustern von Zielgruppen zu finden, ist für den Erfolg entscheidend.“

Autor: Erika Hofbauer

Gefällt mir 6

Twittern

Weiterempfehlen

MM flash



>> Aktuelle Sendung

MEDIENHÄUSER

[Vielfalt für Medien und Förderungen](#)

[Vom Ausland lernen](#)

[Spendings im Höhenflug](#)

CONTENT MARKETING

[BCM-Awards: Content counts](#)

[Ninja-Marketing](#)

[Storytelling als Erfolgsfaktor](#)

REGIONALMEDIEN

[„Es ist ein großes, buntes Lerncamp“](#)

[Die Mutanten kommen: Regio-Magazine am Drücker](#)

[Der Sender von nebenan](#)

LINKS

[Der schnellste Weg zu mehr als 1.000 Medien, Agenturen, Dienstleistern und Institutionen](#)

APA MEDIENARCHIV



E-Mail Marketing Software



E-Mail Marketing und Newsletter Software
eyepin ist führender Anbieter für [E-Mail Marketing Lösungen](#) und [Newsletter-Software](#).

Die einfache Bedienbarkeit der Software und die leichte Einbindung in bestehende IT-Umgebungen machen eyepin zum idealen Partner für KMUs, international agierende Konzerne und Organisationen sowie für Online-Shops.

Neben der E-Mail [Newsletter Software](#) bietet eyepin auch [Event-Management-Software](#) und [Lösungen für Online-Umfragen, Gewinnspiele und SMS-Versand](#) an.

Hohe Datensicherheit, rasche Zustellung und umfangreiche Statistiken machen eyepin zum idealen Partner für E-Mail Marketing.

eyepin entwickelt mit seinen Kunden umsatzsteigernde Kampagnen auf Basis einer leistungsstarken, zuverlässigen und hochperformanten Plattform. Ob Neukundengewinnung, dauerhafte Kundenbindung oder Rückgewinnung von inaktiven Kontakten – eyepin stellt seinen Kunden alle notwendigen Werkzeuge und Services zur Verfügung, um den [E-Mail-Kanal](#) optimal für den Unternehmenserfolg zu nutzen.

[» Weiter zu eyepin](#)



Impressum AGB