

© Katharina Axmann Photography

Jürgen Polterauer, CEO der Dialogschmiede.

© Katharina Axmann Photography
Jürgen Polterauer, CEO der Dialogschmiede.



Dialogschmiede in Berlin

Behavioral Marketing geht neue Wege – die österreichische Dialogschmiede schmiedet künftig auch in Berlin.

WIEN/BERLIN. Die Dialogschmiede, eine der erfolgreichsten Dialogagenturen Österreichs mit Ausrichtung auf Behavioral Marketing, gründet nun eine Niederlassung in Berlin.

Jürgen Polterauer, CEO der Dialogschmiede, zu den Beweggründen, nach Berlin zu gehen: „Die Digitalisierung hat die Welt verändert. Kognitive Systeme sind der Schlüssel zu echtem Dialogmarketing. Sie erlauben verhaltensorientierte Kundenkommunikation in Echtzeit. Der Kunde erhält nun relevante Infos und individuelle Angebote. Das macht uns zu Reiseleitern individueller Customer Journeys. Wir begleiten unsere Kunden und die Kunden unserer Kunden mit digitaler Kommunikation bis zur Kaufentscheidung.“

„Kreativer Datenfreak“

Klemens Huber, CDO der Dialogschmiede: „Wir sind der kreative Datenfreak unter den Agenturen. Laut, bunt und alles andere als langweilig, suchen wir den Dialog – analog und digital. Genau das ermöglichen wir auch unseren

Ihr Kommentar zum Thema

Ihr Kommentar...

Kunden mit ihren Kunden. Es gilt, die richtige Botschaft zur richtigen Zeit mit einer überraschenden und aktivierenden Inszenierung zur richtigen Person zu bringen – Data-Wissen, technisches Know-how und Kreativität sind Zutaten für das Gelingen dieses Rezepts. Dafür suchen wir auch immer wieder helle Köpfe und spannende Ideen. Bewerbungen mit Pfiff sind herzlich willkommen.“

Polterer ergänzt: „Vernetzung ist ein zentraler Baustein des Erfolgs der Dialogschmiede, der nur in enger Zusammenarbeit mit den Kunden und den Technologiepartnern möglich ist. Neben den Standorten in Wien, Berlin und Zürich hat die Dialogschmiede ein neues Kompetenz-Netzwerk für Agenturen geschaffen, in dem die Partner ihr Know-how und ihre Ressourcen auf einer Markenplattform bündeln. Das ‚Dialogschmiede Network‘ eröffnet auch hochspezialisierten, kleineren oder mittelgroßen Agenturen einen Weg in die digitale Zukunft.“ (red)