

Was sich Marketer von einer gelungenen Kindergeburtstagsparty abschauen können

- styria digital one und Styria Content Creation zeigten in einer DIGITAL INNOVATION SESSION mit und bei Take Off PR, worauf es bei Content & Conversational Marketing wirklich ankommt

Wien, 3. Oktober 2019

Österreichs führende digitale Vermarktungsgemeinschaft [styria digital one](#) (sd one) sowie deren Schwesterunternehmen, Content-Marketing-Agentur & Magazinverlag [Styria Content Creation](#), luden gemeinsam mit der Inbound-Marketing Agentur [Take Off PR](#) Dienstagmorgen zur Digital Innovation Session „**Die Essentials im Content & Conversational Marketing**“ in die Räumlichkeiten von Take Off PR in der Dorotheergasse im 1. Wiener Gemeindebezirk. sd one Geschäftsführerin **Xenia Daum** begrüßte gemeinsam mit Take Off PR Geschäftsführer **Martin Bredl** mehr als 80 Verantwortliche aus Marketingabteilungen und Agenturen. Zu hören und sehen gab es Best Practices und spannende Insights von **Nicola Dietrich**, Mitglied der Geschäftsleitung der sd one und Head of Content Strategy bei sd one und Styria Content Creation, sowie von **Gregor Hufenreuter**, Director of Sales DACH von HubSpot, einem der weltweit führenden Anbieter von Inbound-Marketing- und Marketing-Automation-Technologien.

In ihrem Impulsvortrag legte **Nicola Dietrich** Augenmerk darauf, worauf es ankommt, wenn das eigene Unternehmen wirklich erfolgreich sein soll und stellte eine Analogie her: *„Bei Geburtstagsfeiern für Kleinkinder zählt nicht, ob die Dekoration oder Torte besonders hübsch sind und am Ende tolle Fotos für Mama und Papa entstehen, sondern ob die Kinder ein tolles Erlebnis – also Spaß – hatten“*. Viele mussten schmunzeln, denn sie wussten, worauf Dietrich anspielte. Die sodann ergänzt, wie wichtig es ist, dass Unternehmen wirklich auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen und für jede Phase der Customer Journey den richtigen Content anbieten oder auch die Webseite danach gestalten. *„Storytelling in der Inspirations- oder Awareness-Phase ist wichtig, aber besonders in der Consideration- und vor allem der Decision-Phase wollen Kunden Inhalte, die klare Antworten auf Ihre Fragen rund um das Produkt oder gar den Preis geben.“* Für die Content-Marketing-Strategie und die Erstellung von Inhalten hält sie es für essentiell, deshalb den Vertrieb bzw. Verkauf

einzubinden. „Diese Mitarbeiter kennen die brennenden Fragen der Kunden. Wenn diese Mitarbeiter Ihren Content gut und hilfreich finden, dann liegen Sie meist richtig und sind in der Lage, Kompetenz zu zeigen und Kunden wirklich zu helfen.“

Diese Erkenntnisse konnte **Gregor Hufenreuter** unterstreichen: „Nur ein Unternehmen dessen Strategie zu 100% customer-centric ist, kann in Zukunft erfolgreich sein. Zunächst ist es wichtig, die User mit inspirierenden Inhalten anzuziehen und Traffic auf der eigenen Webseite zu generieren. In der Interaktion mit potentiellen und bestehenden Kunden haben sich neben Telefon und E-Mail als Kommunikationskanal nun viele neue conversational Marketing-Tools aufgetan.“ Messenger wie beispielsweise die DSGVO-konforme WhatsApp-Business-Lösung führen erwiesenermaßen nicht nur zu Conversion-Steigerungen sondern auch zu höherer Kundenzufriedenheit. Aber auch die Möglichkeit, per Chat mit einem Unternehmen zu kommunizieren, ist heute State-of-the-Art. Neueste Studien von Gartner, Bearing Point und nextMedia bestätigen die steigende Beliebtheit: 64% der Deutschen bevorzugen, mit Unternehmen zu chatten, anstatt ihnen hinterher zu telefonieren. Und für 54% ist ein 24-Stunden-Service 7 Tage die Woche sehr wichtig. Ein Angebot, bei dem sogar Chatbots punkten können. „Sonst werden durchwegs Chats mit echten Menschen bevorzugt. Für Unternehmen können gut gemachte Chatbots jedoch massiv zur Leadgenerierung beitragen und dabei auch noch erheblich Kosten senken.“ Viele Gründe, die Conversational Marketing zu einem essentiellen Bestandteil im Marketing-Mix von Unternehmen machen.

Fotos und das Event-Video finden Sie auf www.facebook.com/styriadigitalone.

Unsere nächsten DIGITAL INNOVATION SESSIONS – Infos & Anmeldung unter sdo.at/dis:

Am 24.10. veranstalten wir unsere nächste Breakfast Session in Wien mit dem Titel „**Das magische Dreieck im Content & Influencer Marketing – welche Faktoren Sie für den Erfolg von Influencer-Kampagnen unbedingt beachten sollten**“. Mit influence.vision und Influencer & Comedian Maximilian Ratzenböck.

Und am nächsten Tag, dem 25.10., geht's gleich weiter mit „**Employer Branding in der digitalen Transformation – wie Sie mit Verhaltensökonomie Wissen & Mitarbeiter im Unternehmen halten**“. Mit den Marktführern der verhaltensökonomischen Beratung FehrAdvice & Partners.

Mit dem Thema „**One Step Ahead mit Content Marketing und Marketing Automation**“ kommen die **DIGITAL INNOVATION SESSIONS** am 6. November schließlich zu einem After-Work-Event nach Linz.

Fotocredit © Linda Dziacek

(v.l.n.r.) Martin Bredl, Xenia Daum, Nicola Dietrich, Gregor Hufenreuter

styria digital one ist Österreichs führende Onlinevermarktungsgemeinschaft und innovativer Sparring-Partner für Unternehmen in der Digitalisierung. Die sd one verantwortet die digitale Vermarktung der österreichischen ‚Styria Media Group‘-Portale wie kleinezeitung.at, DiePresse.com, ichkoche.at, wienerin.at, ligaportal.at, uvm. sowie externer Online-Angebote wie gofeminin.at, wetter.tv, uvm. Für zahlreiche namhafte Kunden aus allen Branchen betreut die sd one die Konzeption, Umsetzung und Erfolgsmessung von Digital-Kampagnen inkl. Content-Erstellung sowie die Entwicklung von Digitalisierungsstrategien und neuen Kommunikationslösungen und Werbeprodukten. Das große Medien- und Kunden-Netzwerk, die vielfältige Digital-Expertise und die Vernetzung mit der Content-Marketing-Agentur Styria Content Creation machen die sd one zu einem vertrauenswürdigen und verlässlichen Partner für sämtliche digitalen Lösungen aus einer Hand. www.sdo.at

Styria Content Creation ist ein vielfach ausgezeichnete Magazinverlag und eine preisgekrönte Content-Marketing-Agentur mit mehr als hundert internen und externen Experten zu Storytelling, Video, Content-Strategie, Redaktion, Social-Media-Marketing, SEO, Design, uvm. Sie entwickelt Content- und Kommunikationslösungen in digitaler, audiovisueller und gedruckter Form und begleitet Kunden im gesamten Content-Prozess – von der Entwicklung der Content-Strategie, über die Content-Produktion für alle Kanäle (Digital, App, Print, Audio, Video), bis zur Content-Distribution und schließlich der Performance-Messung. Mehr als 50 nationale und internationale Auszeichnungen für ihre Projekte machen die Styria Content Creation zu einer der erfolgreichsten Content-Marketing-Agenturen Österreichs. www.styriacreation.com

Take Off PR arbeitet mit Unternehmen, die wachsen möchten und bei der Neukundengewinnung Unterstützung brauchen. Als erste Agentur in Österreich hat Martin Bredl und sein Team 2013 Inbound Marketing in Österreich eingeführt. Inbound Marketing ist eine Antwort auf den digitalen Wandel. Kunden kaufen heute anders: Bis zu 90% der Kaufentscheidungen werden heute durch das Internet beeinflusst. Mit neuen Marketing- und Vertriebsmethoden hilft Take Off PR Unternehmen diese Entwicklung zur Neukundengewinnung zu nutzen. Mit HubSpot als offiziellen Partner baut Take Off PR seinen Vorsprung aus. HubSpot ist der weltweit führende Anbieter von Marketing Automation Software und hilft Inbound effizient umzusetzen, Erfolge zu messen und Prozesse zu optimieren. Alle Mitarbeiter von Take Off PR absolvieren laufend die Zertifizierungen der HubSpot Akademie und können so ihre Kunden bestmöglich und mit aktuellstem Know-how unterstützen. www.takeoffpr.com

we are one for all digital.