

13.07. 2020

Strategisches Umdenken: So nutzen Marketers das Sommerloch

Von PPS

Selligent Marketing Cloud: Kundenorientiertes Marketing

(Baden)(PPS) **Corona hier, Corona da - langsam ist es Zeit ein Fazit zu ziehen und Pläne für die Zukunft zu machen. Vor allem im Bereich des digitalen Marketings konnten Firmen wie die Selligent Marketing Cloud auch während der Krise neue Kunden gewinnen, weil sie ihre Marketingstrategie der Lage angepasst und den Kunden ins Zentrum gerückt haben. Für Marketers ist das Sommerloch nun eine gute Chance, um strategisch umzudenken und neue Marketingpläne zu schmieden.**

Radio Energy und Ashampoo – diese neuen Kunden konnte Selligent Marketing Cloud in den letzten Wochen trotz Corona-Krise für sich gewinnen. In Krisenzeiten ist die Nähe zum Kunden und seinen individuellen Bedürfnissen von grösster Bedeutung für die Kundenbindung. Selligent hat den Customer-First-Ansatz erfolgreich umgesetzt. Die folgenden drei Bausteine sind essentiell, um den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und seine Marketingstrategien an eine veränderte Gesellschaft anzupassen:

Vertrauen schaffen

Mehr denn je fühlen sich Verbraucher zu Marken hingezogen, denen sie in unsicheren Zeiten vertrauen können. Vermitteln Sie deshalb Ihre Markenbotschaft authentisch und in ehrlichen Worten. Geben Sie dem Beziehungsaufbau Vorrang. Seien Sie ehrlich

und transparent. Das gleiche gilt auch für die Daten ihrer Kunden. Erklären Sie Ihre Geschäftsrichtlinien und Ihren Umgang mit Daten einfach und verständlich. Und halten Sie sich stets an die neuesten Datenschutzgesetze.

Empathie zeigen

Empathie schafft Verbindung. Einfühlungsvermögen heisst, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und sich in seine Lage zu versetzen. Es geht darum, die Ziele des Kunden zu verstehen. Was treibt meinen Kunden an? Was motiviert ihn? Respektieren Sie alle Handlungen Ihrer Kunden und unterstützen Sie ihre Bedürfnisse. Kurz: Stellen Sie ihre langfristige Treue über kurzfristige Gewinne. Zeigen Sie, dass Sie sich auch in der Zeit um Ihre Kunden kümmern, in der sie grössere Anschaffungen verschieben und ihre Ausgaben kontrollieren müssen. Schaffen Sie zum Beispiel spezielle Finanzierungsmodelle oder Angebote für die Haushalte, die mit finanziellen Herausforderungen und Unsicherheiten konfrontiert sind.

Relevanz erzielen

Die Wege der Verbraucher sind nicht mehr direkt, sondern einem viel komplexeren Prozess gewichen, der am besten als eine Reihe von Micro-Moments beschrieben werden kann: Jeder dieser Momente ist eine Gelegenheit für Sie, mit ihrem potenziellen Kunden in Kontakt zu treten – während er zum Beispiel an seinem Computer nach einer Produktinformation sucht, oder auf dem Mobiltelefon durch einen News-Feed scrollt. Sein Standort und seine aktuelle Umgebung, der Kanal, seine Denkweise, seine jüngsten Aktivitäten – all diese Elemente schaffen einen individuellen Moment, den Sie für einen massgeschneiderten Erstkontakt nutzen können. Um dieses Mass an Personalisierung zu erreichen, ist es unabdingbar, dass Sie sich über die neuesten Omnichannel-Marketing-Technologien informieren – einschliesslich künstlicher Intelligenz, dynamischer Inhalte und Echtzeitfunktionen.

Werden die Regeln des Customer-First-Marketingansatzes befolgt, ist jeder Marketer für die Zukunft gewappnet. Mit der Fokussierung auf einen datengesteuerten Ansatz und der Priorisierung von Werten, die jede Krise überdauern, bauen Sie erfolgreich Loyalität und langfristige Beziehungen auf. Das Sommerloch bietet nun genug Zeit, sich diesen Punkten zu widmen und sich einen Vorteil zu verschaffen. Nach dem Sommer heisst es dann: volle Kraft voraus und Nägel mit Köpfen machen. Und wer nicht weiss, wo er anfangen soll, sollte nicht davor zurückscheuen, sich extern

Unterstützung zu holen.

Über die Organisation:

Über Selligent Marketing Cloud

Selligent Marketing Cloud ist die B2C-Plattform für Marketing-Automation. Nach dem Motto „Maximize Every Moment“ ermöglicht es unsere Plattform nachhaltige Kundenbeziehungen aufzubauen. Selligent vereint alle Marketing-Kanäle auf einer Plattform und unterstützt den Marketer bei deren Personalisierung, entweder manuell oder mit Hilfe von künstlicher Intelligenz. Auf diese Weise entstehen einzigartige Kundenerlebnisse. Mehr als 700 Marken aus den Branchen Einzelhandel, Reisen, Automobil Verlagswesen und Finanzdienstleistungen vertrauen auf die intuitive Selligent Marketing Cloud Plattform. Mit zehn Niederlassungen in den USA und Europa und mehr als 50 Agenturpartnern ist Selligent in über 30 Ländern weltweit aktiv und bietet personalisierte Services. Mehr zu Selligent Marketing Cloud auf www.selligent.com/de.

Pressekontakt:

Ferris Bühler Communications GmbH
Stadtturmstrasse 8
CH-5400 Baden, Switzerland

Tel. +41 56 209 15 15
Direct +41 56 544 61 65
[christine @ ferrisbuehler.com](mailto:christine@ferrisbuehler.com)

Kategorie

IT & Software & Neue Medien

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/strategisches-umdenken-so-nutzen-marketers-das-sommerloch>