

1. Human Centered Design Thinking

Kunden kaufen mit Emotion und rechtfertigen mit Logik. Deshalb gilt es, sich in den Kunden hineinzuversetzen, um so mit innovativen Lösungsansätzen schneller zu lernen als die Konkurrenz.

2. The Convenient Customer

Immer alles überall jetzt – das zentrale Kundenbedürfnis in Sachen Einkaufen. Die digitale Transformation ermöglicht es, dieses Bedürfnis logistisch praktisch und kognitiv einfach zu organisieren. Aber: Bequem und schnell auf dem Silberrad muss gelernt sein.

3. Personalization

Nice to meet you: Um massgeschneiderte Angebote für den Kunden zu schaffen, müssen Unternehmen die digitalen Kundeninteraktionen gekonnt managen. Neuste Technologien bieten intelligente Möglichkeiten des Customizing.

4. Sensor-Driven Marketing

Ob im Gesundheitswesen, im Industriesektor oder beim Controlling – das Potenzial der sensorgesteuerten Technik ist enorm. So hoch, dass Sensor-Driven Marketing die Welt zu verändern vermag.

5. Big Data-Management

All die grossen Mengen an generierten Daten zu strukturieren kann mühevoll wirken. Die Motivation: Bei intelligenter Handhabung können Unternehmen damit Entscheidungen professionalisieren und letztlich ihre Profitabilität erhöhen.

6. Marketing Automation

Die Software entscheiden lassen: Die Verwendung von Marketing Automation lässt aufgrund der datenbasierten Entscheidungen nicht nur effizientere, sondern auch neue Prozesse zu.

7. Seamless Integration

Das Zusammenspiel von Information, Unterhaltung und Kommunikation birgt eine hohe Komplexität. Wer auf dem Markt erfolgreich sein will, muss mehr als nur Lösungen liefern.

8. Content Marketing

Die richtige Person zur richtigen Zeit am richtigen Ort: Content Marketing hat den Anspruch, wertvollen, relevanten und beständigen Inhalt an das entsprechende Publikum zu streuen. Für Unternehmen bedeutet dies vor allem Ausdauer.

9. Customer Integration

Den Kunden aktiv einbeziehen – ein Konzept, das sich nicht zuletzt durch die Informationstechnologie immer stärker als zukunftsweisend erweist. Richtig eingesetzt steigert Kundenintegration Produktinnovation und -qualität sowie die Zufriedenheit und Loyalität der Kunden.

10. Flexible Use

Flexibilität ist die Zukunft! Das bereits etablierte Konzept von Shared Economy erweist sich als Markt mit hohem Potenzial. Ein Trend, mit welchem sich Unternehmen in allen Branchen auseinandersetzen sollten.

11. Integrated Customer Experience

Um das rundum perfekte Kundenerlebnis zu bieten, müssen Unternehmen ihre zunehmende Omni-Präsenz strukturieren. Hierbei stehen die Bedürfnisse nach Echtzeit und einer Integration aller Touchpoints im Zentrum.

12. Transparency

Ausserordentliches Marketing setzt ausserordentliches Kundenverständnis voraus – was nur durch exzellente Datenanalyse möglich ist. Im Umgang mit dem immer wichtiger werdenden Schutz der Privatsphäre sollte der Fokus auf Transparenz, Relevanz und Einfachheit gelegt werden.

Marketing 2017

12 relevante Marketingtrends

Digital und individuell – zwei vielseitige Ansprüche des modernen Konsums, die auch die Komplexität im Marketing erhöhen. In der Marketing 2017-Studie bringt Prof. Dr. Sven Reinecke, zusammen mit seinem Expertenteam an der Universität St. Gallen (HSG), Klarheit und Struktur in die Zukunftserwartung. Mit Best Practice-Beispielen von visionären Unternehmen, konkreten Implikationen für professionelle Anwender und kritischen Reflexionen werden 12 relevante Trends fassbar gemacht. Sie dienen als Wegweiser für proaktive Zeitgenossen in einer faszinierenden Marketinglandschaft. Den gesamten Inhalt inklusive Literaturhinweisen und Videos finden Sie auf www.marketing2017.ch