



Vertrauen in die Maschine: Data Science, Multi-Channel und Multi-Device Shopper
 Wie Sie die richtigen Daten sammeln und Machine-Learning-Methoden nutzen.
[Kostenloses Whitepaper herunterladen](#)



Studie 'Die führenden Enterprise-Marketing-Lösungen im Vergleich'
 Analysiert 28 Enterprise-Marketing-Lösungen und -Suites von Adobe bis Turn, inklusive Artecig, Intelli-Ad, IBM, Oracle, Salesforce und Teradata.
[Hier herunterladen](#)

Kundenerlebnis wird zur Aufgabe des Marketings

15.04.16 Eine weltweit durchgeführte Studie unter rund 500 CMOs und Marketingverantwortlichen zeigt, dass 86 Prozent der Befragten überzeugt sind, dass sie das Kundenerlebnis (Customer Experience) bis zum Jahr 2020 von Anfang bis Ende verantworten werden.

[Weiterleiten](#)

[Artikel Merken](#)



Um dies zu erreichen, müssen Marketingverantwortliche eine einheitliche Sicht auf den Kunden erlangen, die es ihnen ermöglicht, mit den Kunden in einen personalisierten Dialog über alle Technologien, Standorte und internetfähigen Objekte hinweg zu treten. Das geht aus der Studie [The Path to 2020: Marketers Seize the Customer Experience](#) hervor, die Marketo in Auftrag gegeben hat. Das Hauptaugenmerk der diesjährigen Studie liegt auf der Art und Weise, wie Käufer mit Marken in Kontakt treten, und untersucht daneben, welche Folgen dies auf die Marketingkommunikation bis zum Jahr 2020 nehmen wird. Erkenntnisse der Studie im Überblick:

- Komplexität im Marketing wächst:**
 Mehr als die Hälfte aller Befragten glaubt, dass die Beschleunigung des technologischen Wandels, mobile Lebensstile und die Explosion potentieller Marketingkanäle durch das Internet der Dinge (IoT) bis 2020 den stärksten Einfluss auf das Marketing nehmen werden. Angetrieben wird diese Entwicklung durch Milliarden von möglichen Interaktionen, die diese Kanäle zwischen Unternehmen und deren Kunden erschaffen.
- Einfluss der Massenmedien sinkt:**
 Bis 2020 erwarten Marketer eine Zunahme der direkten Interaktion mit ihren Kunden mittels Technologie und Personalisierung. Demgegenüber nimmt die indirekte Kontaktaufnahme über Massenmedien und Werbung ab.
- Die besten Marketingkanäle sind personalisierbar:**
 Die für den Kunden wichtigsten Kanäle bis 2020 sind Social Media (63 Prozent), das Internet (53 Prozent), mobile Apps (47 Prozent) und das mobile Web (46 Prozent).
- Marketing dreht sich nicht mehr nur um Akquise:**
 Kundenbindung und -akquise bleiben für die Marketingorganisation die beiden wichtigsten strategischen Programme; bis 2020 wird die Entdeckung neuer, aufstrebender Technologien und das Engagement mit Kunden jedoch an Bedeutung gewinnen.
- Customer Experience wird Haupttreiber für den Markenwert:**
 Zunehmende Kundenbindung und bessere Markenwahrnehmung sind die beiden wichtigsten Vorteile (mit jeweils 53 Prozent), die Marketer mittels einer positiveren Customer Experience erreichen wollen.
- Innovation konzentriert sich auf kleine Bildschirme und "no screens":**
 Mobile Endgeräte und Netzwerke (59 Prozent), Personalisierungstechnologien (45 Prozent) sowie das Internet der Dinge (39 Prozent) sind die drei technologiespezifischen Trends, die bis 2020 den größten Einfluss auf Marketingorganisationen nehmen.
- Einfluss von Marketingverantwortlichen wächst:**
 Rund 87 Prozent der Marketer glauben, dass ihre Abteilung einen wesentlichen Einfluss auf die Unternehmensstrategie nehmen wird. Weiterhin sind 78 Prozent überzeugt, dass sie gleichbleibenden Einfluss auf Entscheidungsprozesse rund um Unternehmenstechnologien ausüben werden.

Die Studie basiert auf den Ergebnissen der 2015er-Umfrage, deren zentrale Erkenntnis war, dass sich Prozesse und Strukturen innerhalb der Marketingorganisation grundlegend ändern müssen, um mit den gestiegenen Ansprüchen von Kunden und Technologie Schritt halten zu können.

(Autor: [Susan Rönisch](#))

Ausgewählte Agenturen und Dienstleister zu diesem Themenbereich

 Telerik Sitefinity

 ARITHNEA

 sybit

 nexum
Beratung & Kreation

 X;O
www.ecx.io

Progress Software GmbH

CMS & DIGITAL EXPERIENCE Sitefinity CMS Das Web Content Management System kombiniert Benutzerfreundlichkeit, leistungsstarke Integrationen und mobile Funktionen, um Zielgruppen anzusprechen, zu konvertieren und Kunden zu binden. <http://www.s...>

Tags: [Customer Experience](#) [Personalisierung](#) [Kunde](#) [Kundenbindung](#) [Technologie](#) [Unternehmensstrategie](#)

[Tag vorschlagen](#)

[Trackbacks / Kommentare](#)

[Trackback-URL](#) [Permalink](#)