

Marketing 4.0

Wie die Digitalisierung das Marketing verändert

Prof. Dr. Uwe Kleinkes, Hochschule Hamm-Lippstadt

05.04. 2017 Großhandelsausschuss IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid



Marketing 4.0 - Wie die Digitalisierung das Marketing verändert

- Kurzvorstellung Hochschule und Referent
- Digitalisierung
- Kunden in der digitalen Welt
- Anforderungen und Chancen durch die Digitalisierung
- Zusammenfassung

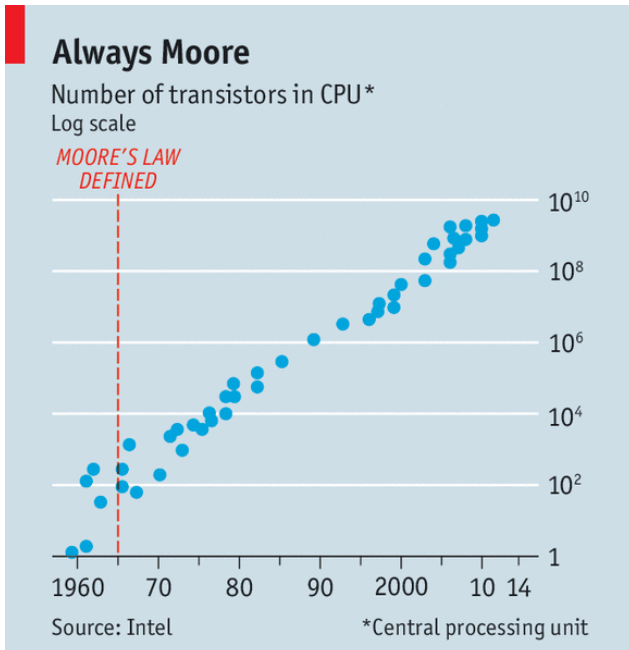
Digitalisierung

„Etwa 90% aller Daten, die heute auf Computern gespeichert sind, wurden erst in den vergangenen zwei Jahren erzeugt“

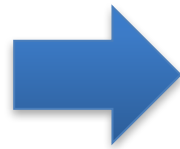
Helmut Martin-Jung, SZ, 2./3. Januar 2016

Digitalisierung

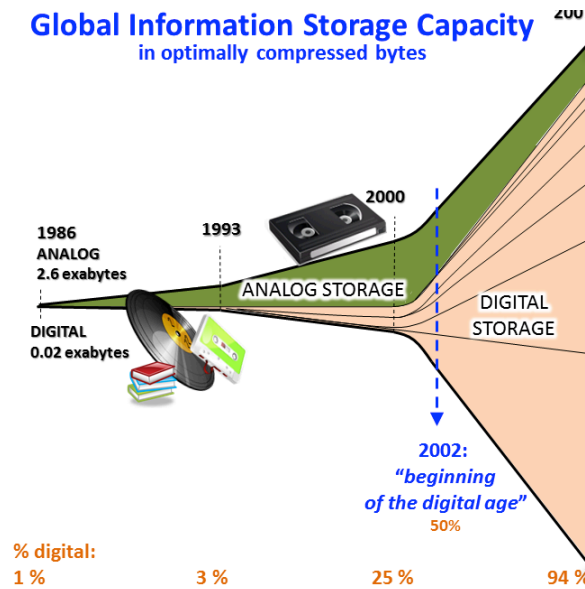
Exponentielles Datenwachstum



Economist.com



Global Information Storage Capacity in optimally compressed bytes



Source: Hilbert, M., & López, P. (2011). The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information. *Science*, 332(6025), 60–65. <http://www.martinhilbert.net/WorldInfoCapacity.html>

Digitalisierung

Exponentielles Datenwachstum

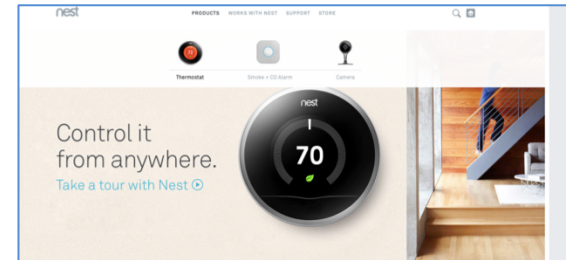
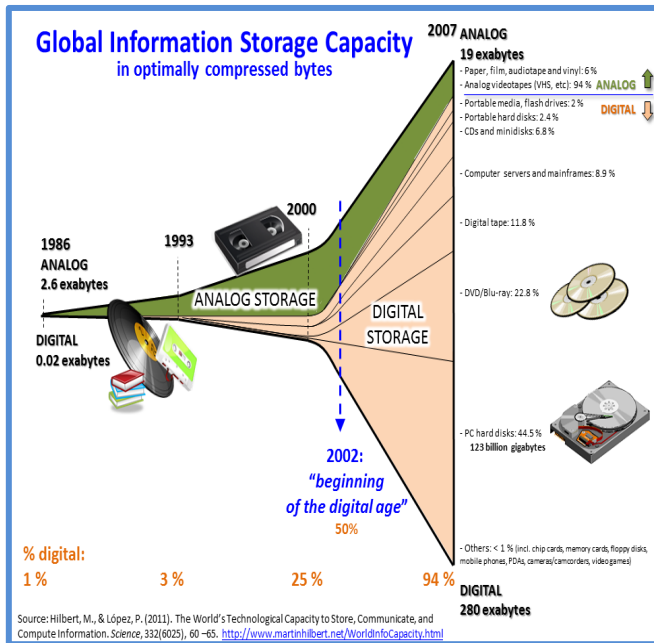
4 V zur Charakterisierung von Big Data (IBM)

- Volume (Volumen)
- Velocity (Geschwindigkeit)
- Variety (unterschiedliche Datenformate)
- Veracity (Unsicherheit, Qualität)

Digitalisierung

Digitale Daten

Vernetzung



Revolution

Marketing und Digitalisierung

Digiconomy

Marketing 4.0

„Markt für Marketing-Automation-Lösungen soll im Jahr 2015 4,8 Milliarden US\$ erreichen. Im Vergleich zu 2010 ist das eine Steigerung um 50%“ T.Schwarz

Besuchen Sie uns auf der DMEXCO 2015 Halle 7 · Stand B-019

Experience Marketing – und Ihr Kunde übernimmt den Vertrieb für Sie.

Die Sitecore® Experience Platform™ gibt Ihrem Kunden das Gefühl, einzigartig zu sein.



sitecore®
Own the Experience™

The advertisement features a man on the left talking on a mobile phone while looking at a laptop. The background is teal with various icons representing digital marketing and technology.

Pardot customers report:



48% Increase
in marketing productivity



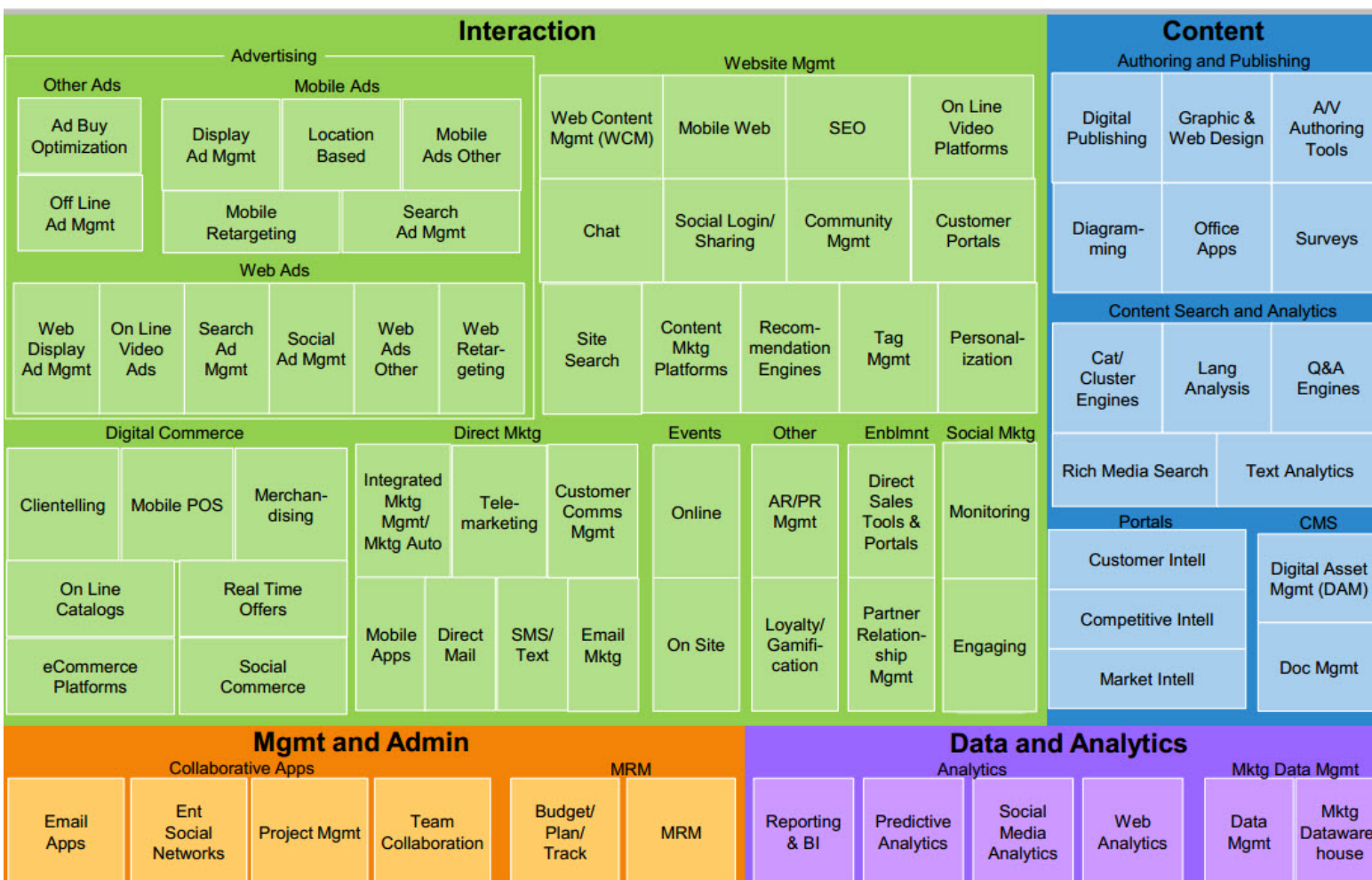
34% Increase
in marketing ROI



32% Increase
in qualified leads

Digitalisierung

IDC's 2015 Marketing Technology Map



Controlling hält Einzug in das Marketing

Marketer

- können sehr zielgenau Kunden ansprechen (Kundengruppe, Zeit)
- können und müssen Kosten/Nutzen-Verhältnisse transparent machen

**Im Marketing wird in einigen Jahren
mehr Geld für IT ausgegeben als in der IT.
(Gartner)**

A new brand of marketing, S. Brinker,
<http://chiermatec.com>, 2014

1996:

Excel-Tabellen
Mailing-Listen

+

Offline (Messe etc.
pp.)

2017:

CRM

CMS

Marketing Automation

Predictive Analysis

Cloud based application
Data Management +

Offline (Messe etc. pp.)

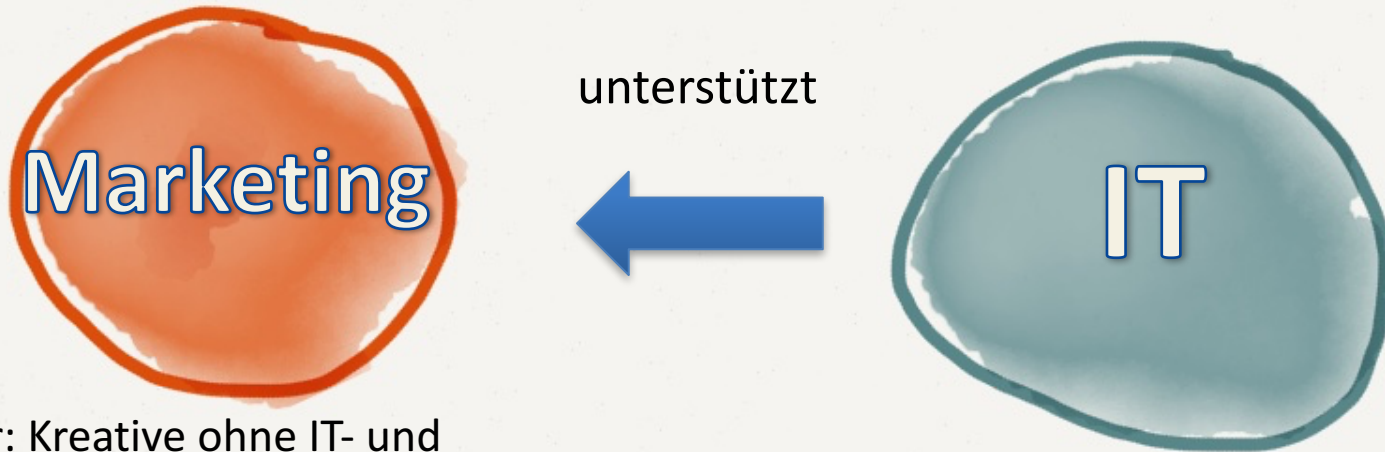
2028?:

1995

2020



früher



Marketer: Kreative ohne IT- und
Mathematikkenntnisse

heute



Marketer: Kreative,
IT-Nerds und „Number-Cruncher“

Digitalisierung

Was bleibt?

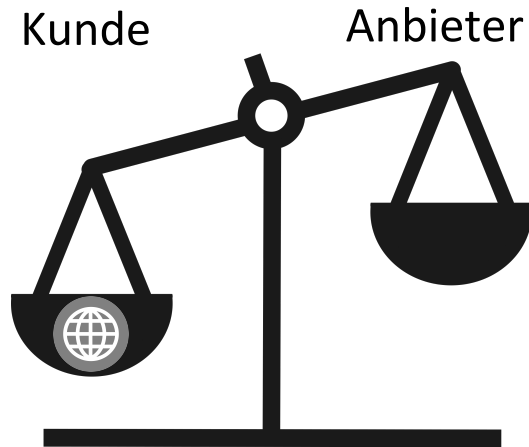
„Moment of truth“

Kunde kauft ihr Produkt

B2B-Marketing : buyers journey startet online!

A new brand of marketing, S. Brinker,
<http://chiermatec.com>, 2014

Zeitalter des Kunden

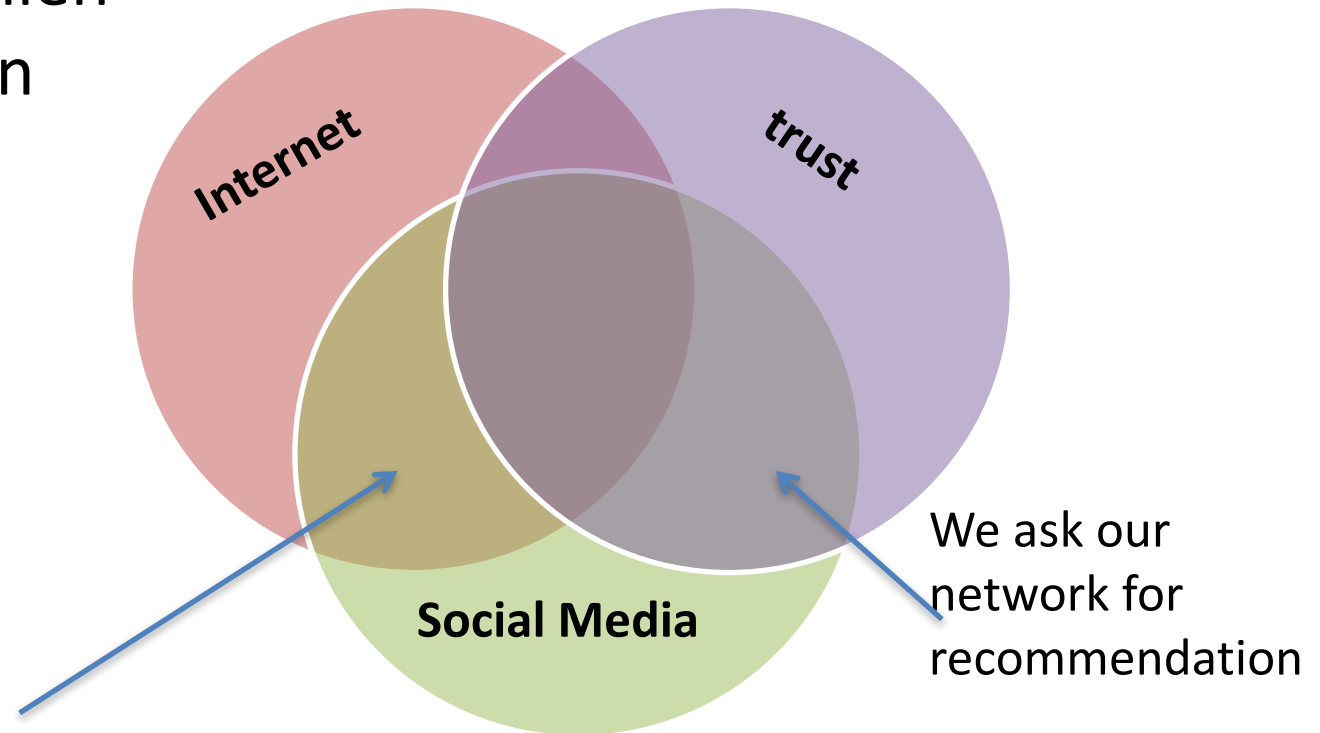


Das Web hat alles geändert

- Suchmaschinen (Markttransparenz)
- Social Media (Kommunikation, Markttransparenz)

Kunden suchen Information

- wann sie wollen
- wo sie wollen
- 24/7



We will find you, when we want to

We ask our network for recommendation

Jefferson, Tanton, Valuable Content Marketing: How to Make Quality Content the Key to Your Business Success, 2013, Seite 14

Kundenerfahrungen
sind die neue Währung

3 „Moments of Truth“



StudyCheck.de
Studiengangsbewertung



GUT

3.8 / 5.0

88% Weiterempfehlung



Inbound wird wichtiger

Outbound-Marketing  Inbound-Marketing

Sichtbarkeit im Markt durch Content

Kunde findet Anbieter von selbst

Chancen durch die Digitalisierung für das Marketing

„50% meines Marketing-Budgets werfe ich zum Fenster hinaus, ich weiß nur nicht welche der 50% es sind“

(Henry Ford)

Chancen durch die Digitalisierung für das Marketing

 weiß mehr über Sie als ihre Mutter

 facebook

auch

Chancen durch die Digitalisierung für das Marketing

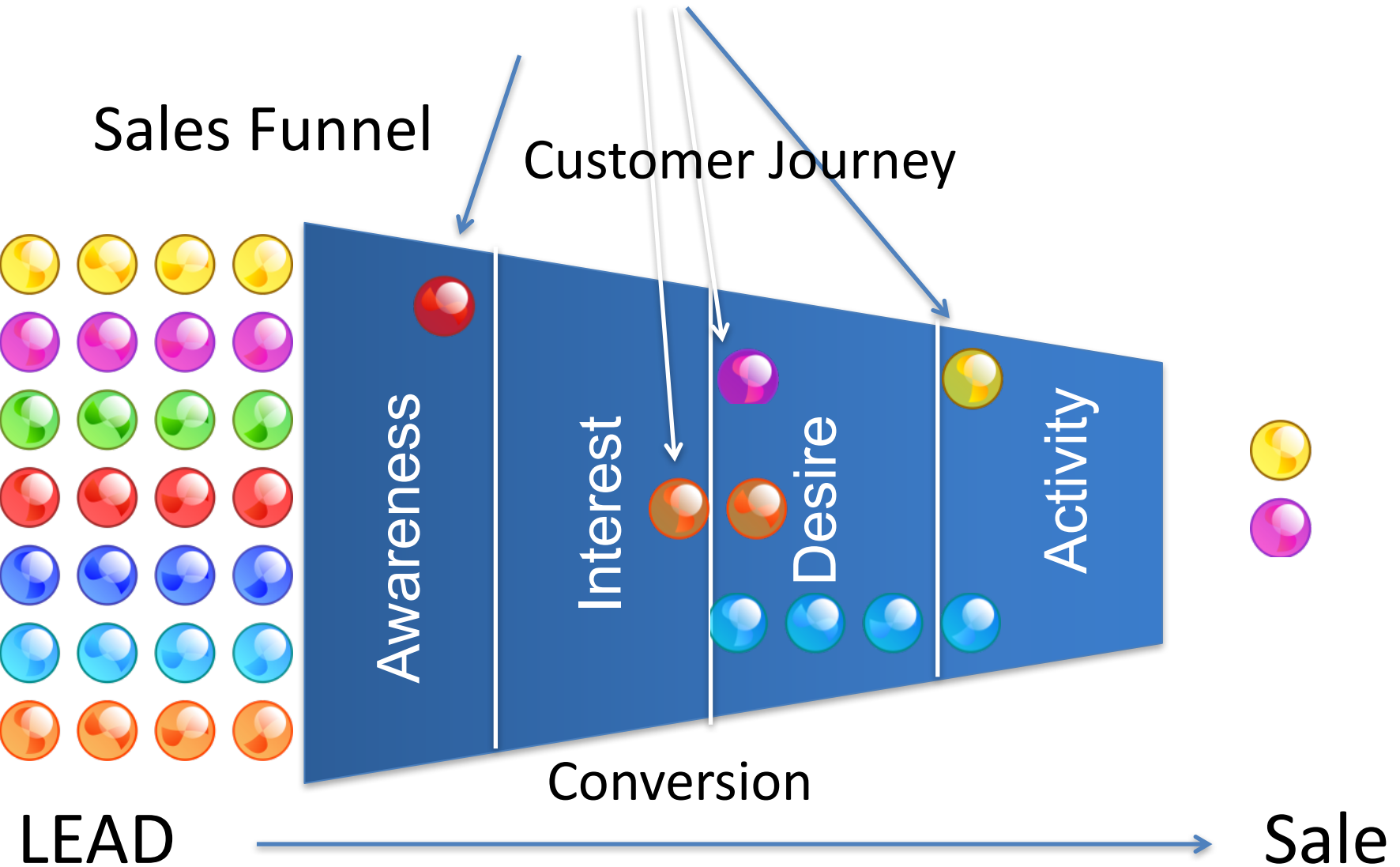
Personalisierte Daten ermöglichen

- **fokussiertes**
- **meßbares**
- **effizientes**

Marketing

in Echtzeit!

Wo ist Kunde im Sales Funnel?



Digitalisierung und Marketing

- Vordergründig wandern die Werbebudgets in die digitale Welt (das tun sie tatsächlich, s. Google Adwords etc.)
- Tektonische Verwerfung: User Experience durch Web -> **Marketing wichtiger als Sales!**
- Wichtig: Investitionen in Talent und Ressourcen für digitale Strategie und Operation (viel mehr Geld als in Werbebudgets)

Zusammenfassung

Zeitalter des Kunden (Markttransparenz und Customer Experience erfordern Marketing neu zu denken)

„Tektonische Verschiebung“ zu Inbound-Marketing (Permission Marketing)

Marketing wird zur Dienstleistung

(liefert den Kunden nützliche Informationen wann der Kunde es möchte)

Kundenerfahrungen sind die neue Währung

(Kooperation über alle Kontaktpunkte)

Zusammenfassung

Google weiß mehr über Sie als Ihre Mutter:

Personalisierte Daten ermöglichen fokussiertes, messbares, effizientes Marketing

Im Marketing wird in einigen Jahren mehr Geld für IT ausgegeben als in der IT: Software und IT-Know-how werden Teil von Strategie und Operation

Controlling hält Einzug

Was sollen wir tun?

Wir machen Marketing in einer digitalen Welt!

On- und Offline !

Wie sollen wir das tun?

Art der Kommunikation mit Kunden: z.B. Content Marketing

IT-Technologien: z.B. Marketing Automation und Big Data



Prof. für Technologiemarketing an HSHL

uwe.kleinkes@hshl.de



Kleinkes.net

@TMM_HSHL

@Kleinkes

<http://hshl.de/prof-dr-uwe-kleinkes/>