

## Marketing 4.0

## Wie die Digitalisierung das Marketing verändert

Prof. Dr. Uwe Kleinkes, Hochschule Hamm-Lippstadt

06.02. 2018 Rotarier, Dortmund

# Marketing 4.0 - Wie die Digitalisierung das internationale Marketing verändert



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

## Business ist Marketing und Innovation





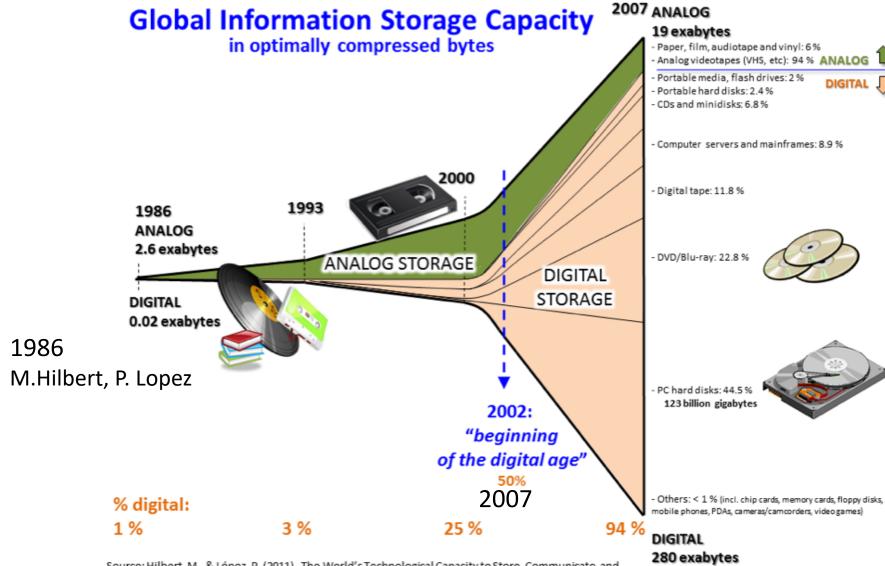
- Prof. Technology Marketing
- CEO IVAM (now Advisary Board)
- Marketing at Institute of Microtechnology
- PhD in Chemistry
- University of Bochum
- University of Sussex



uwe.kleinkes@hshl.de
Kleink.es
@TMM\_HSHL
@Kleinkes
instagram.com/kleinkes/

## Digitalisierung



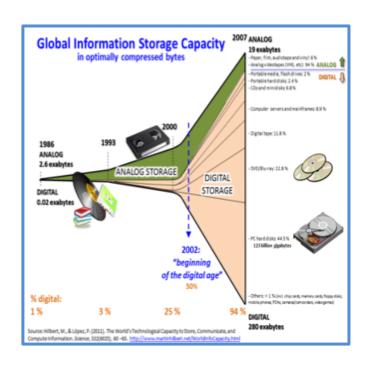


## Digitalisierung

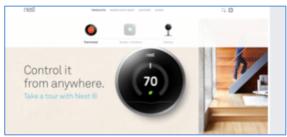


### Digitale Daten

## Vernetzung













# Was hat sich bei den Randbedingungen HOCHSCHUL HAMM-LIPPSTAL für das Marketing durch die Digitalisierung geändert?

Im Vergleich zu der Zeit zu der Ihre Lehrbücher

entstanden sind:

(Fast) Alles!



# 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: 2018: 2025?:

Excel-Tabellen CRM

Mailing-Listen CMS

+ Marketing Automation

**Predicitive Analysis** 

Offline (Messe etc. Cloud based application

pp.) Data Management +

Offline (Messe etc. pp.)

1995

Mehr Kompetenz im Vorstand, Harvard Business Manager, September 2014, S. Brinker, L.McLellan, Seite

### früher



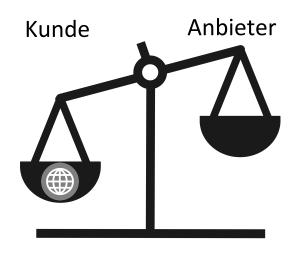
### heute

Mathematikkenntnisse



#### Zeitalter des Kunden







#### Das Web hat alles geändert

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

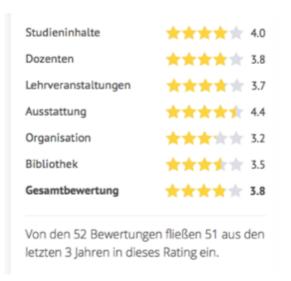




#### Technisches Management und Marketing

Hochschule Hamm-Lippstadt





## 3 "Moments of Truth"







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





weiß mehr über Sie als ihre Mutter



auch

# Chancen durch die Digitalisierung für das Marketing



#### Personalisierte Daten ermöglichen

- fokussiertes
- meßbares
- effizientes

#### Marketing

in Echtzeit!

## 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)

#### Google weiß mehr über Sie als Ihre Mutter:

Personalisierte Daten ermöglichen fokussiertes, messbares, effizientes Marketing

### Was sollen wir tun?



Wir machen international Marketing in einer digitalen Welt!

Sie sollten alles dafür tun, alle digitalen Mittel einsetzen - mit der Homepage als heiligem Gral – um einen persönlichen Kontakt herzustellen (Beziehung)

#### Literatur



Folien:

kleink.es/docs

- Pine, B. J. und Gilmore J.H. "Welcome to the Experience Economy", Harvard Business Review 1998.
- Brinker S., "A NEW BRAND OF MARKETING", 2014.
   (<a href="http://chiefmartec.com/2014/03/new-brand-marketing-technology/">http://chiefmartec.com/2014/03/new-brand-marketing-technology/</a>)
- Digital Marketing Day; www.digitalmarketingday.de