

Feierabend-Apéro: Mittwoch, 23. Januar 2019, 18.00 Uhr
in der KV-Business-School beim Zürcher Hauptbahnhof

Marketing-Automation fordert Marketing-Transformation

Was mach ich mit all diesen Daten, fragt sich mancher Marketer, und weiter: in welchen Kanälen müssen wir präsent sein? Remo Girard beschäftigt sich seit einigen Jahren bei AMAG mit solchen Fragen. Zuerst in der Marketingabteilung, heute im Innovation & Ventures LAB, welches als selbständige Einheit nach neuen Geschäftslösungen sucht. Auch im Marketing, denn für eine erfolgreiche Automation braucht es erst die tiefgreifende Marketing-Transformation.



Marketing Automation @ AMAG

Bildquelle: BigStockPhoto

Im letzten Sommer hat der grösste Auto-Importeur der Schweiz, die AMAG, ein Innovation & Ventures LAB gegründet, in dem neue Geschäftsmodelle entwickelt werden und zwar ausserhalb der bestehenden Organisation, damit diese Taskforce unabhängiger agieren kann, experimentierfreudiger ans Werk geht und schnellere Entscheide fällt. Denn auch in der prosperierenden Automobilbranche ändert sich vieles und meistens in kurzer Zeit, neue Ideen müssen

rasch auf den Tisch. Der Wandel in der Mobilität ist vielfältig: er reicht von verstopften Strassen über den zu hohen CO₂-Ausstoss bis zu selbstfahrenden Autos. Wo hat da die AMAG ihren Platz, wie lange kann der klassische Autohandel noch bestehen? Solche Grundsatzfragen des AMAG-LAB sind dem grafischen Unternehmer nicht unbekannt, auch wenn es andere Prämissen sind, der Treiber ist ebenso die digitale Transformation.

Auch der Autokauf wird digital

Denn es ist die fortschreitende Digitalisierung, welche die Geschäftsverantwortlichen zu neuen Denkmodellen zwingt. So schauen sich bereits heute laut «Cisco Customer Report» 83 % im Web nach ihrem

Wunschauto um, statt wie bisher zum Garagisten zu laufen; derselbe Bericht verrät, dass 37% den Internetaussagen mehr vertrauen als dem Autoverkäufer vor Ort. Und wenn der neue Wagen gekauft ist, so enthält er Elektronik, welche 62% aller Komponenten kontrolliert, der bisher lukrative Service wird immer mehr durch Programme übernommen. Die Gewohnheiten ändern sich selbst bei der Art und Weise, wie das Auto zu bedienen ist: 57% schenken den selbstfahrenden Fahrzeugen heute schon ihr Vertrauen.

Wer der Dirigent in diesem Medien-Orchester ist

Neben solchen Veränderungen auf Nutzerseite muss Remo Girard bei AMAG in der Kommunikation auch ein zunehmend grösser werdendes Medienfeld beackern. Bereits heute sind es 211 Kanäle, die er im Auge behalten soll: 21 Sonntagsmedien, 43 TV-Programme, mehr als 40 Printtitel, über 6 digitale Beschilderungen (Signage), 23 Plakatierungsmöglichkeiten, 20-plus Radiosender, mindestens 10 verschiedene Contents in Web, Newsletters, Mailings, SMS/Whatsapp, 2 firmeneigene Blogs, mehr als 40 Digital Publisher sowie SEM (Suchmaschinenmarketing). Heute ist es noch nicht möglich, dem Kunden eine durchgehende Customer Experience zu gewährleisten, doch wie der Dirigent oder die Dirigentin mit der nötigen Assistenz aussehen soll, dies ist geklärt.

Marketing-Automatisation ist ein Change-Prozess

Remo Girard hat bei einem Start-up als Verkaufs- und Marketingleiter seine ersten Schritte in Richtung Marketing-Automatisation begonnen. Mit einem Programm sollte die Botschaft besser und rascher an die Kundschaft getragen werden. Doch bald sah er ein, dass die IT zwar ein wichtiges Instrument aber keine fertige Lösung ist. Auch wurde ihm bewusst: mit der Automation braucht es zumindest nicht zwingend weniger Leute. Denn erst müssen die Kun-

daten aufbereitet sowie ergänzt werden und dann braucht es für die verschiedenen Zielgruppen unterschiedlichen Content. Dafür sollen die Mitarbeitenden sensibilisiert und die Betroffenen geschult werden; ein langwieriger, immer wieder dorniger aber auch mit vielen Erfolgserlebnissen gespickter Prozess.

Digital Communication Excellence

Die passende Weiterbildung für alle, die mit der Medienproduktion zu tun haben, bietet das publishingNETWORK an. Ein spezieller Kurs richtet sich an grafische Unternehmer, aber auch an die Produktionsverantwortlichen in Agenturen und Marketingabteilungen, mit der diese die nötige Kompetenz in der gesamten digitalen Kommunikation erreichen können. Dieser Kurs wurde zusammen mit der HTW Chur (Fachhochschule) entwickelt und wird von Prof. Ines Jansky geleitet. Sie stellt nach Remo Girard den Inhalt vor und erläutert, weshalb ein breites Netzwerk für die künftige Arbeit von grosser Bedeutung ist. Die Wissensvermittlung erfolgt in neuartiger Weise: mit Online-Vorlesungen (die nach zeitlicher Möglichkeit besucht werden), Webinaren, Coachings und lediglich 10 Präsenztagen, wobei bei allen Formen die Praxis von morgen im Vordergrund steht.

Referent



Remo Girard

Remo Girard ist ein digitaler Nerd. Der heutige Entwicklungs-Manager im AMAG Innovation & Ventures LAB hat zu Beginn der Nullerjahre seine erste Firma gegründet und kam so mit Digital Marketing und E-Business in Kontakt. Zwar arbeitete er danach während einiger Jahre im Vertrieb und später im Business Development einer Maschinenbaufirma, bildete sich daneben zum Verkaufsleiter mit Diplom-Abschluss weiter. Rasch wurde ihm allerdings klar, dass sein Job nicht der Aussendienst ist und wurde Marketer. Da entflammte seine Leidenschaft für das digitale Marketing, die Firmen-Webseite wurde zur beliebten Spielwiese. Er fing an, entsprechende Fachbücher zu lesen und absolvierte passende Weiterbildungen; inzwischen war er bei der AMAG angestellt und leitete das Team für Digital Business Projects. Da befasst er sich vor allem mit der Marketing-Automation, seinem heutigen Schwerpunkt-Thema.

Programm

18.00 Begrüssung durch

René Theiler, publishingNETWORK

18.10 Marketing-Automation fordert Marketing-Transformation

Remo Girard, Development Manager AMAG Innovation & Ventures LAB
anschliessend Diskussion

19.15 CAS Digital Communication Excellence

Ines Jansky, Prof. an der HTW Chur

19.30 Apéro riche und Networking

INFOBOX

Anmeldung online auf
www.publishingnetwork.ch

publishingNETWORK – Fachverband
für digitale Medienproduktion
Schosshaldenstrasse 20
3006 Bern
Mail an: info@publishingnetwork.ch



Direkt zum Anmeldeformular.

Datum / Zeit

Mittwoch, 23. Januar 2019
18.00 bis 19.30 Uhr
mit anschliessendem Apéro

Ort

KV-Business-School
Sihlpost-Gebäude beim
Zürcher Hauptbahnhof,
der Vortragsraum ist
beim Eingang vermerkt

Zielgruppe

Unternehmer, Kadermitarbeiter, Abteilungsleiter und interessierte Mitarbeiter aus der Produktion.

Kosten:

Kostenlos für Personen aus
Mitglieder-Firmen des VSD oder
vom publishingNETWORK
sowie deren Gäste.