

SCHWEIZER MARKENKONGRESS: Miss es oder vergiss es!

Engagement als Währung für Content-Marketing? Ein Schwerpunkt beim SCHWEIZER MARKENKONGRESS am 19. Juni 2018 in Zürich ist die Messbarkeit von Online-Marketing. Swisscard, Capture Media, Basellandschaftliche Kantonalbank und AXA geben Einblicke in Strategien des datenbasierten Campaigning.

Die Identifikation von klaren Key Performance Indicators (KPI) ist die entscheidende Vorarbeit, um Kommunikationsmassnahmen zu bewerten. Hier gilt der Grundsatz: „Miss es oder vergiss es!“ **Sandro Albin**, Managing Partner bei **Capture Media**, zeigt beim SCHWEIZER MARKENKONGRESS, warum die Messung von Werbekampagnen entscheidend über Erfolg oder Misserfolg ist. «KPI's sollten greifbar und messbar definiert werden. Ebenfalls ist es wichtig, dass sie unter den verschiedenen Massnahmen vergleichbar sind», so Sandro Albin. Die Messung der «Engagements» verspricht einen effizienteren Einsatz der Werbemassnahmen sowie greifbare und tiefe Insights über das Userverhalten.

AXA legt einen Schwerpunkt auf datengetriebenes «Content Campaigning». **Mélanie Gujan**, Head of Marketing Communications, weiss: «Der Content muss letztendlich für den Kunden relevant sein und dort gespielt werden, wo sich das Publikum tummelt.» Den Kunden wird ein konkreter Mehrwert geboten und Bedürfnisse auf seiner «AXA-Reise» ermittelt. Der AXA Blog bietet dabei das zentrale Eingangsfenster für jegliche Inhalte. Die grosse Herausforderung sieht Gujan in der Balance zwischen relevanten Geschichten und der Weiterleitung auf Produktinformationen. Das Ziel sei es, den Blog in Zukunft noch stärker mit Bewegtbild und Grafiken zu beleben.

Über den SCHWEIZER MARKENKONGRESS:

*Der Branchentreff SCHWEIZER MARKENKONGRESS vereint am 19. Juni 2018 die Schweizer Marken-Entscheider in Zürich. Die Experten der Branche präsentieren einen Mix aus Panel-Diskussionen, Key-Note-Referaten und Best-Practice-Beispielen, darunter **Amazon, Digitec Galaxus, FC Bayern München, Babbel, Vontobel, Post Schweiz, Cailler, UBS, Swisscom, Axa, SRF, Lidl Schweiz.***

2048 Zeichen (mit Leerzeichen), 266 Wörter (inkl. Titel), Belegexemplar erbeten

Das Programm 2018 Zur Anmeldung Zur Homepage	Kontakt: ESB Marketing Netzwerk Janis Schulze Brunneggstr.9 CH-9001 St.Gallen	Tel.: +41 (0) 41 71 223 78 82 E-Mail: presse@esb-online.com Web: www.esb-online.com
--	--	---