



Daniel Hünebeck Digital
marketing+consulting

8 Must-Dos und Must-Not-Dos im aktuellen Digitalen Marketing

Swiss Online Marketing (SOM)
Zürich, 05.04.2017

- 14 Jahre Erfahrung im Digitalen Marketing, 3 Jahre im Multichannel-Management und der Digitale Transformation
- Breites und tiefes Know-How in den Bereichen: Website, SEA, SEO, E-Mail-Marketing, Webanalyse, Mediaplanung und Performance Marketing, Mobile Marketing, Conversion Rate Optimierung, Social Media Marketing, Content Marketing
- Erfolgreicher Aufbau einer Agentur im Schweizer Markt sowie eines schlagkräftigen digitalen Teams bei der UBS
- Engagiert im Markt als Dozent und Speaker, sowie Vorstand im Branchenverband iab Switzerland und Fachbeirat bei der Swiss Online Marketing Messe
- iab „Digital Marketer of The Year 2015, Best of Swiss Web 2016 Gold und Silber «Digital Performance Campaigns iab», Best of Swiss Apps Master 2015
- Seit 2017: Senior Digital Marketing Strategist | Freelancer, Berater, Speaker & Dozent , Daniel Hünebeck Digital GmbH



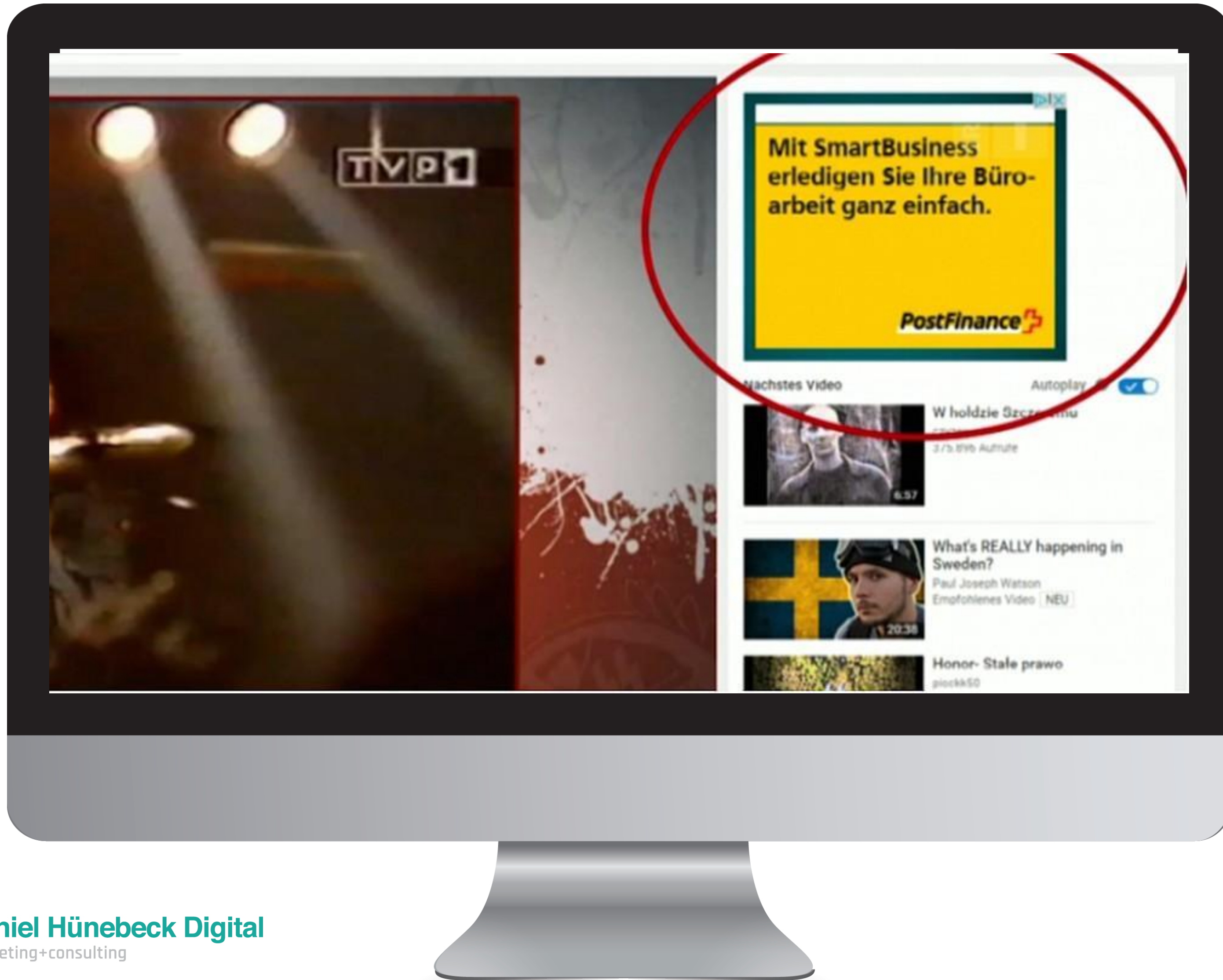
1

Programmatic Advertising

eher
überschätzt

Programmatic Advertising

Aus aktuellem Anlass – Brand Safety



Programmatic Advertising

Wir machen einfach mal Programmatic, weil es ein Hype ist

Programmatic

**“... is like teenage sex:
everyone talks about it,
nobody really knows how to
do it, everyone thinks
everyone else is doing it, so
everyone claims they are
doing it.”**

2

Social Media, insbesondere Facebook, Ads

Definitiv Top

Social Media Ads

Möglichkeiten im Social Media Advertising



Social Media Ads

Vorteile des Social Media Advertising

- ✓ Pay Per Click (meist auch TKP möglich)
- ✓ Hohe Reichweite (insbesondere Facebook)
- ✓ Optimierung auf Ziele wie Website-Klicks oder Conversions
- ✓ Extrem genaue Zielgruppenansprache durch Targeting auf demografische Daten, Interessen, Verhaltensweisen, Custom Audiences und Lookalike Audiences – dadurch geringe Streuverluste
- ✓ Trigger-Kampagnen möglich
- ✓ Zu ca. 90% auf dem Mobile
- ✓ Optisch ansprechende, native Werbeformate
- ✓ Mögliche virale Effekte

3

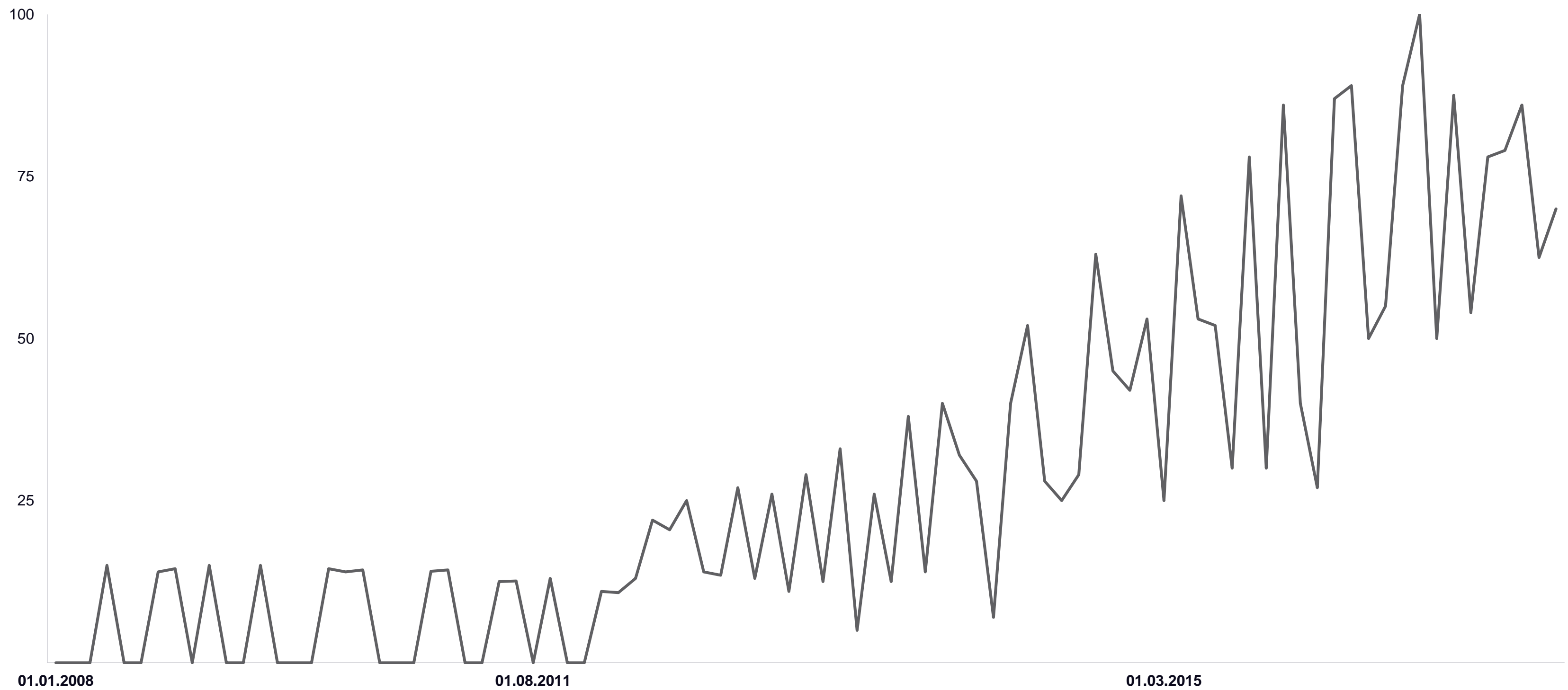
Content Marketing

Definitiv Top

Content Marketing

Content Marketing ist unbestritten ein aktueller Trend

Interesse im zeitlichen Verlauf



Content Marketing

Auch hier greift der digitale Wandel



Von Corporate Publishing (Print) zu
Content Marketing (Digital)

*Digitale
Transformation*

Content Marketing

Aktuelle Herausforderungen

- 🎯 Veränderte (geringere) Qualitätsanforderungen an Videos
- 🎯 Standbilder und Thumbnails gibt es in den Corporate CI/CD-Guidelines (noch) gar nicht
- 🎯 Schnelligkeit ist digital viel wichtiger
- 🎯 Content muss auch distribuiert werden (Social Media, E-Mail, Native Ads)
- 🎯 Wie wichtig ist, dass der Content auf den owned Plattformen konsumiert wird?
- 🎯 Was sind realistische Ziele? Wie werden diese gemessen?

4

Personalisierung

eher
überschätzt

Personalisierung

Personalisierung im E-Commerce definitiv, in anderen Bereichen aufgepasst



User A



NYC



Mac



Source



Version A



User B



Paris



Windows



Source



Version B

Personalisierung

Möglichkeiten der Personalisierung ausserhalb des E-Commerce



Geo-Personalisierung

- Bei multinationalen Unternehmen: Anzeige der richtige Landeswebsite
- Automatische Anzeige der nächstgelegenen Geschäftsstelle / des nächstgelegenen Aussendienstmitarbeiters

einfach



Klickverhalten

- Nutzer hat sich für Thema A auf der Website interessiert
- Wenn er ein zweites Mal auf die Website kommt, ist Thema A stark in den Vordergrund gerückt
- benötigt Software
- benötigt Manpower

komplex

5 Apps

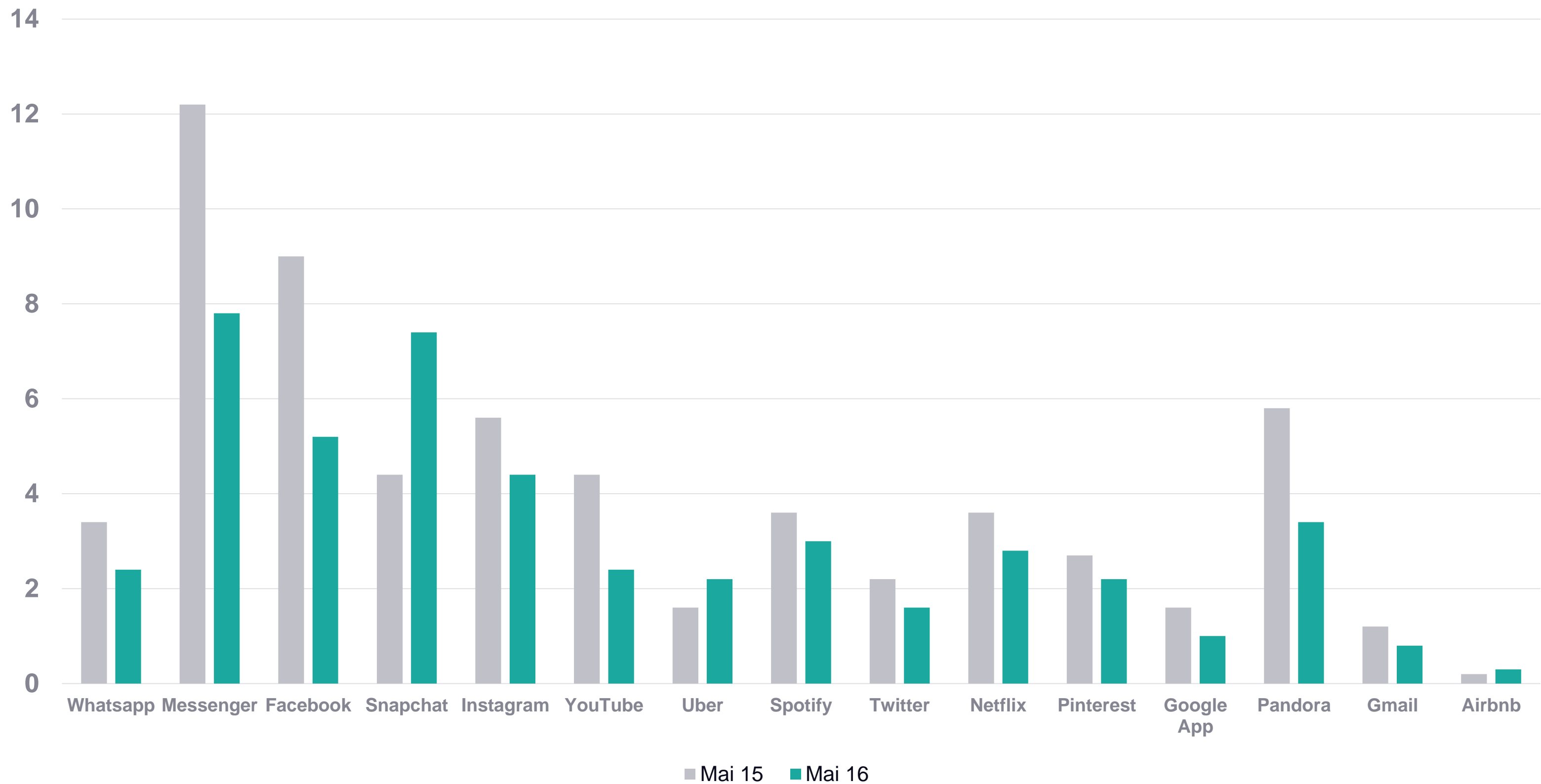
definitiv Flop

Apps

Anzahl der globalen App Downloads sinkt



In den USA sanken die App Downloads in 2016 um 20% gegenüber Vorjahr.



Apps

Android Instant Apps



Mit den Android-Instant-Apps könnt ihr Apps nutzen, obwohl sie nicht auf dem Smartphone installiert sind.

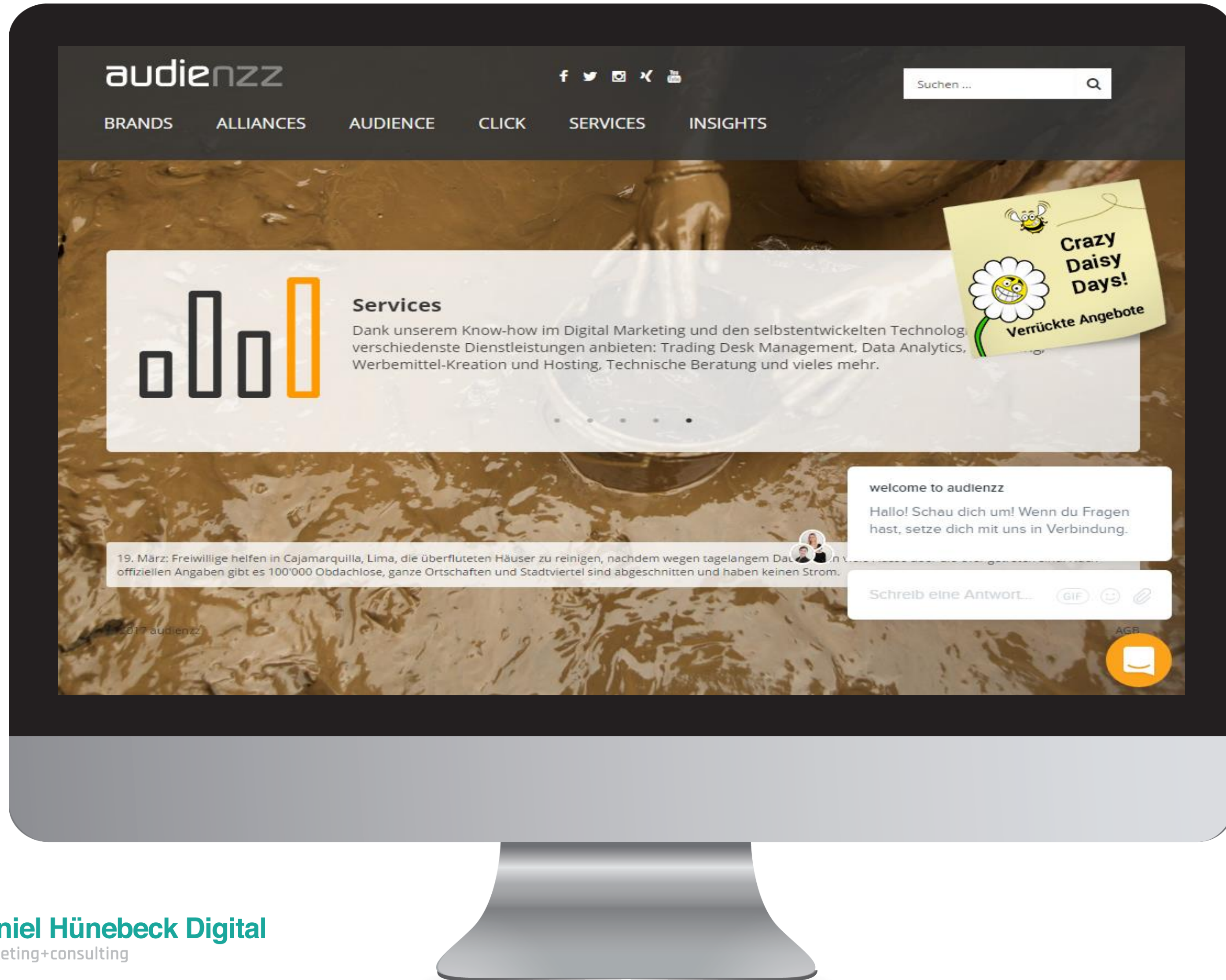
*Aktuell in
Testphase*

6 Chat

Hidden
Champion

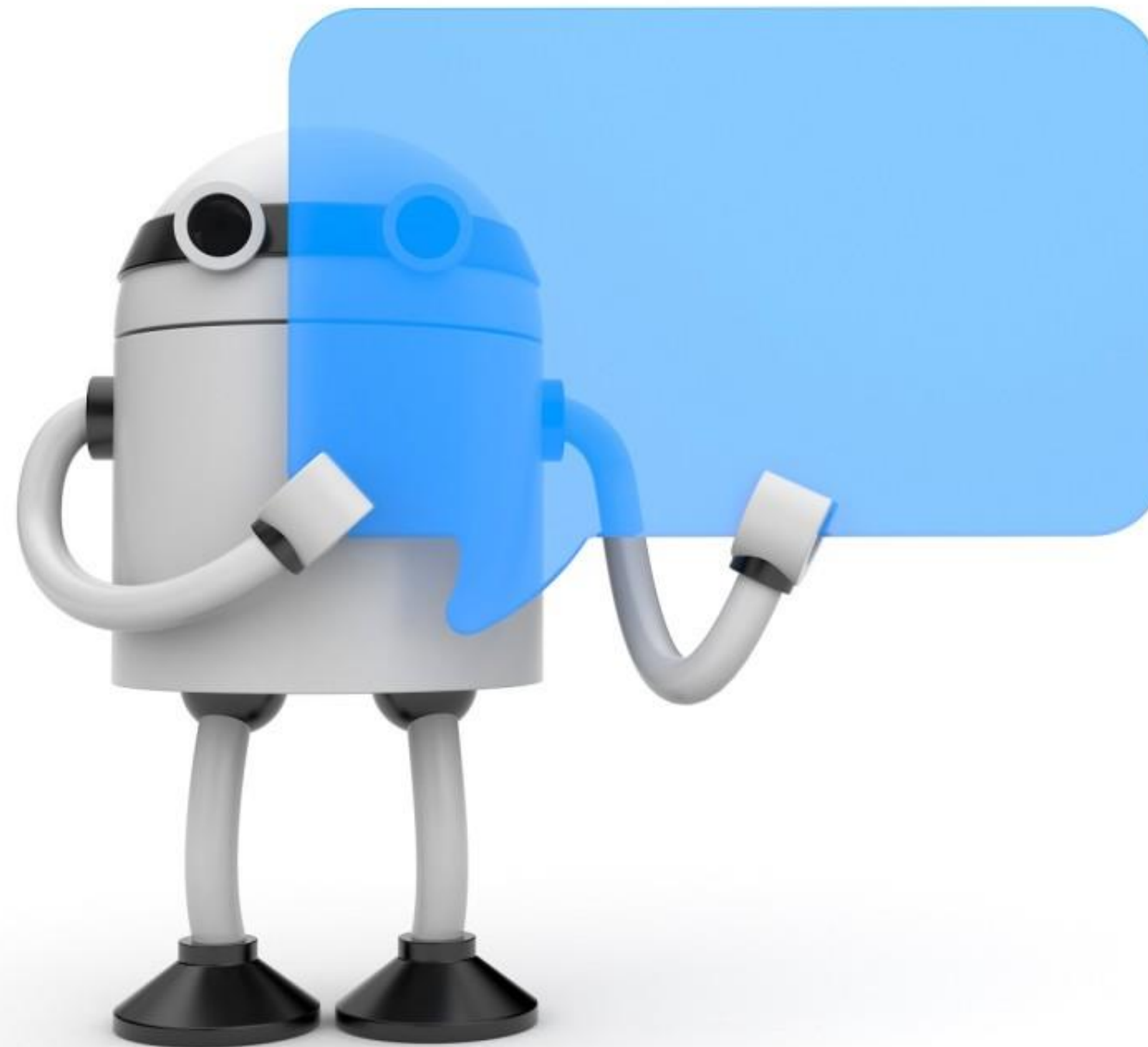
Chat

Live-Chat ist ein Thema für jede Website



Chat

Chat-Bots sind die Zukunft



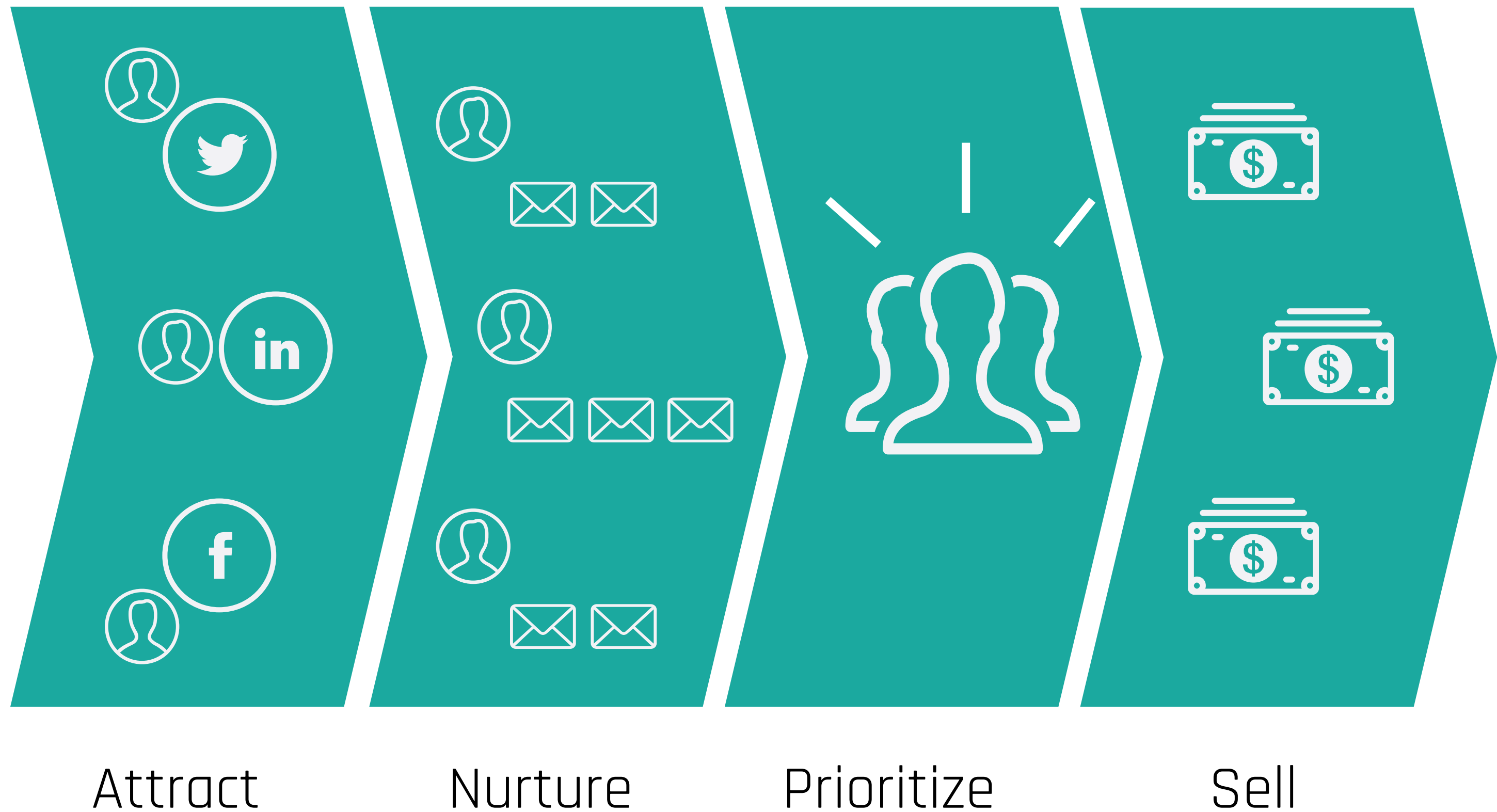
7

E-Mail-Marketing & Marketing-Automation

unterschätzt

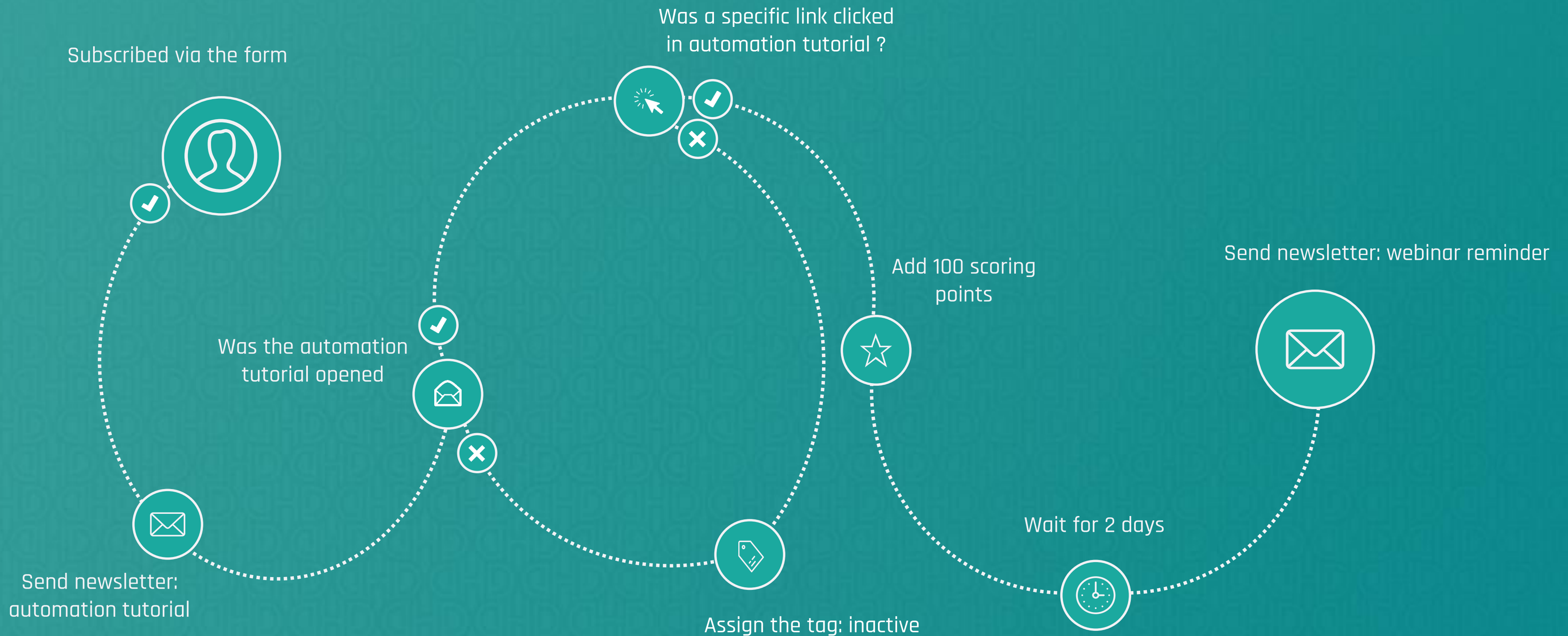
E-Mail-Marketing & Marketing-Automation

Der Sales-Funnel



E-Mail-Marketing & Marketing-Automation

Marketing-Automation braucht ein intelligentes Konzept



8

Ganzheitliche Webanalyse

am meisten
unterschätzt

Ganzheitliche Webanalyse

Ein Reporting über alle Online Marketing Disziplinen



Ganzheitliche Webanalyse

Ganzheitliche Webanalyse als Basis für alle Optimierungen



Monatlich, quartalsweise, halbjährlich – je nach Bedeutung in ihrem Unternehmen



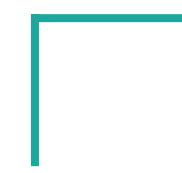
Ableitung von Optimierungen und Handlungsempfehlungen – was bedeuten diese ganzen Zahlen?



Stecken Sie sich Ziele! Auf Basis der Vergangenheitsdaten werden auch saisonale Unterschiede sichtbar.



Nur so ist eine kontinuierliche Verbesserung und ein Verständnis ihrer Zielgruppen möglich!



danke.





adresse

Kirchstr. 6
CH-8807 Freienbach
T +41 (0)79 615 51 97
E daniel@daniel-huenebeck.ch

online

www.daniel-huenebeck.ch (in Überarbeitung)
linkedin.com/in/daniel-huenebeck-b3479171
www.xing.com/profile/Daniel_Huenebeck