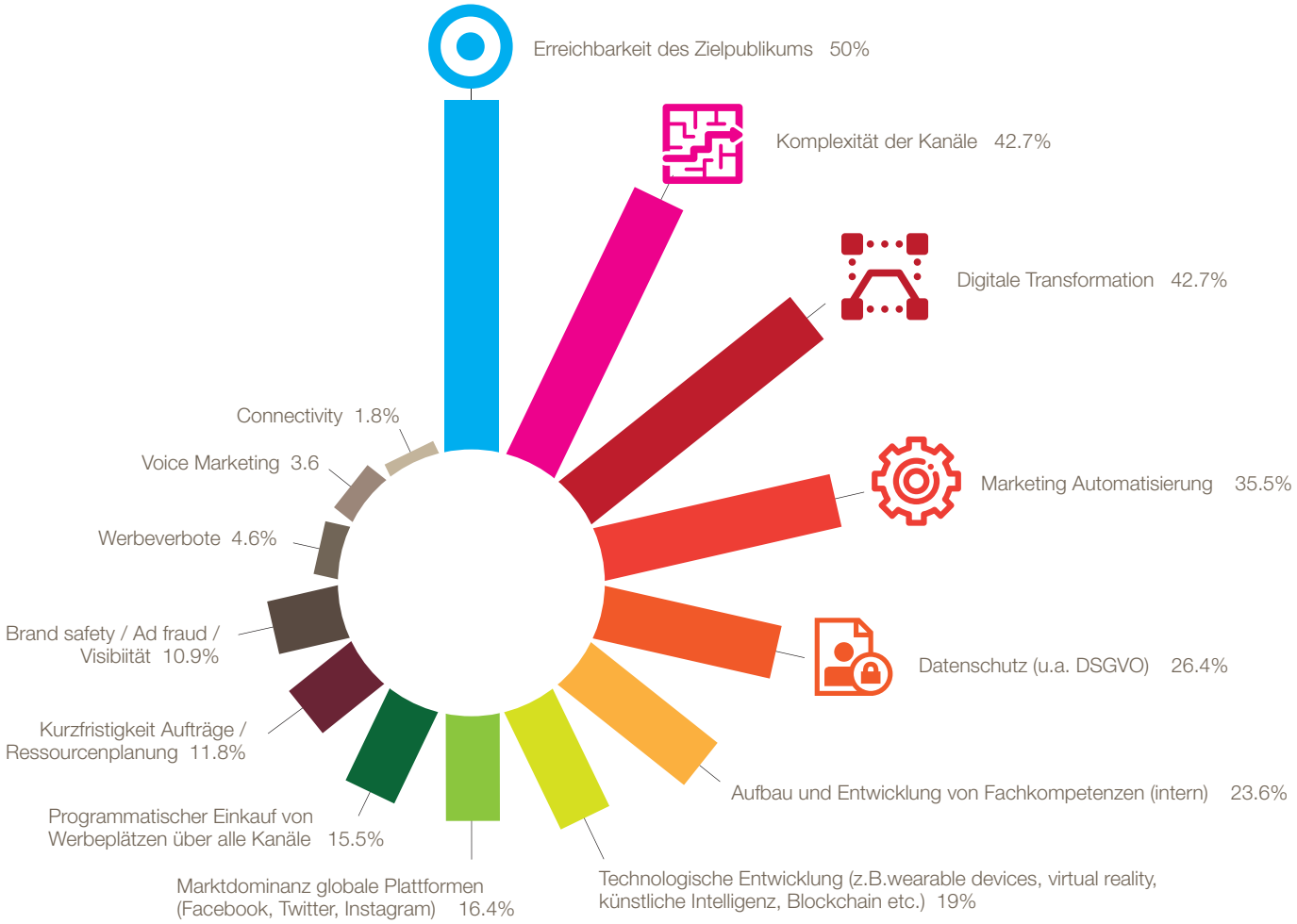
Welche der folgenden Themen schätzen Sie als die wichtigsten Herausforderungen für die Werbewirtschaft in den kommenden Jahren ein?



Nennung: 110

Was die Auftraggeber 2019 am meisten fordert sind Kommunikationslösungen, die Konsumenten individuell, relevant und zielgenau zu involvieren verstehen. Dafür braucht es mehr Spezialwissen, vernetztes Denken, flexible Zusammenarbeits- und Organisationsformen und den gekonnten Umgang mit Daten.

1. Erreichbarkeit der Zielgruppe
- erringerte Aufmerksamkeitsspanne
- „Involvieren“ statt „stören“
- Insightbasierte, relevante Kommunikationsansprache

2. Komplexität der Kanäle
- Mehr Fachspezialisten
- Wirksamkeit der Kanäle kennen
- Disziplinen übergreifende Beratungsleistung

3. Digitale Transformation
- Anpassung der Organisationsstruktur
- Neue Zusammenarbeitsmodelle
- Verrnetztes Denkennetztes Denken

4. Marketing Automation
- Beratungsleistung in Technologie und Kommunikation
- Neue Berufsbilder
- Effizienzsteigerung

5. Datenschutz
- People-based Marketing
- Qualitativ hochwertigere Daten
- Know-how

LEADING SWISS AGENCIES
Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz

SWA ASA
Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers