

„Voice wird an Bedeutung gewinnen“

Andrea Iltgen, Managing Partner Xeit

2

Nachhaltig betriebenes Content Marketing wird noch wichtiger werden beim Kampf um Aufmerksamkeit und gute Google Rankings. Im Bereich Performance wird sicher auch das Thema Social Commerce an Bedeutung gewinnen – die Möglichkeiten, die sich bei Instagram mit In-App-Shopping auf-tun, sind extrem spannend. Und Voice wird nicht nur im Bereich Content (Stichwort Podcasting), sondern auch im Bereich Search noch mal deutlich an Bedeutung gewinnen. Datengetriebenes und mit KI unterstütztes Marketing dürfte weiter zulegen.

Inwiefern sich die Themen Conversational Commerce und Chatbots durchsetzen werden, das wird sich zeigen. Nicht weniger wichtig, aber vermutlich etwas weniger im Zentrum der Aufmerksamkeit, wird Influencer Marketing sein.

3

Beide Bereiche haben ihre Berechtigung – an verschiedenen Orten entlang der Customer Journey. Wichtig ist nur, dass man sie klar trennt und nicht versucht, gleichzeitig beide Ziele zu erreichen. Ich glaube, dass mit zunehmender Professionalisierung des Online-Marketings auf Auftraggeberseite – und das ist aktuell im vollen Gange, so bauen zum Beispiel viele Unternehmen aktuell eigene Digitalabteilungen auf – die Kommunikation zwischen Agentur und Kunden auch in dieser Thematik einfacher wird. Entsprechend werden Kampagnen künftig sicher zielgerichteter geplant und erreichen letztlich auch besser die klar definierten Ziele. Sprich: Werbebudgets werden effizienter eingesetzt.

