

schalk&friends **DIGITALER TREND MONITOR 2021**

2021: Was kommt, was hebt ab, was fliegt.

schalk&friends

Lindwurmstrasse 124
80337 München

schalk-and-friends.de



Einleitung

Nicht jeden Trend sofort mitnehmen aber auch nicht warten, bis man etwas verpasst hat und es zu spät ist. In diesem Spannungsfeld nehmen wir als Digitalagentur unsere mittelständischen Kunden war.

Vor diesem Hintergrund haben wir uns für das Jahr 2021 umgesehen und analysiert, welche Themen der Mittelstand in Bezug auf die Digitalisierung in diesem Jahr aus unserer Sicht in Angriff nehmen muss.

Auf den folgenden Seiten finden Sie die acht Themen, die in diesem Jahr einen Blick lohnen.





Übersicht

1. LinkedIn Marketing

Verbindungen nutzen.

Hebt ab

2. Hybride Events

Erst sicher, dann effizient.

Fliegt

3. Joint Forces

Große Herausforderungen löst man nicht alleine.

Hebt ab

4. Headless CMS

Die Basis für den digitalen Marketing-Hub.

Hebt ab

5. Augmented Reality

Von der Spielerei in den Mainstream.

Kommt

6. Interaktive E-Mails

Technik erhöht die Interaktionsrate.

Hebt ab

7. Purpose

Sich seiner Rolle bewusst werden.

Fliegt

8. Marketing Automatisierung

Alles dreht sich um den Kunden.

Hebt ab

**DIGITALER
TREND MONITOR**

2021





LinkedIn Marketing

Verbindungen nutzen.



**DIGITALER
TREND MONITOR
2021**





LinkedIn Marketing

HEBT AB



Das „Sammeln“ von Geschäftskontakten und das Posten von Stellenanzeigen? In Deutschland XING und im Rest der Welt LinkedIn!

So ist es schon lange nicht mehr, aber so fühlt es sich teilweise bei einigen noch an.

Wir erleben allerdings, dass LinkedIn auch in Deutschland massiv wächst und DAS soziale Netzwerk für viele geschäftliche Belange wird.

In 2021 gilt es für den Mittelstand das eigene Engagement auf LinkedIn ernst zu nehmen und das Potenzial der Plattform stärker zu nutzen.

Dazu gehört zu allererst die Generierung von B2B-Leads. Aber in einer Zeit, in der von Unternehmen auch Antworten und Haltungen zu gesellschaft-

lichen Themen erwartet werden, gewinnen Inhalte, die über reine Sachinformationen hinausgehen, an Bedeutung. Ob man seinen CEO als externe/n Meinungsführer/in aufbaut oder den internen Führungsstil transparent machen möchte, um seinen Kunden zu zeigen, wer man ist: Der Mittelstand muss bezüglich LinkedIn zu den großen Marken aufrücken.

Relevant weil: Die Kommunikation und die Meinungsführerschaft in Ihrer Branche nicht den anderen überlassen und relevante Business-Leads generieren.

**DIGITALER
TREND MONITOR**



2021



Virtuelle Events

Erst sicher, dann effizient.



**DIGITALER
TREND MONITOR
2021**





Virtuelle Events

FLIEGT



Schneller ist noch kein Thema abgehoben. Vor Corona noch als Notlösung oder technische Spielerei abgetan, sind virtuelle Veranstaltungen inzwischen essentiell geworden, egal ob als Instrument für die Wissensvermittlung, um Leads zu generieren oder für DAS klassische Messe-Thema: das Füllen der eigenen Sales-Pipeline.

Neben der reinen Vermittlung von Inhalten sind auch Formate entstanden, die den Schreibtisch so gut es geht vergessen lassen. Das funktioniert jedoch nur mit guter Planung. Man muss sich zu 100% auf die Menschen einlassen, die man erreichen will und deren Bedürfnisse bedienen.

Technische Standardlösungen alleine helfen aus unserer Sicht nicht. Das Ganze ist ebenso auch ein

strategisches und kommunikatives Thema. Nur, weil Sie eine virtuelle Hausmesse veranstalten, kommen nicht automatisch Besucher.

Dennoch: Die digitale Event-Teilnahme ist im Geschäftsleben angekommen und funktioniert.

Und seit man sich daran gewöhnt hat, fühlt man sich dabei auch noch gut: man muss nicht fliegen und kann abends im eigenen Bett einschlafen.

Relevant weil: Auch nach Corona werden wir nicht mehr das Niveau von vor der Pandemie erreichen (wollen), wenn es um Messen geht.

**DIGITALER
TREND MONITOR**



2021



Joint Forces

Die Chancen der Digitalisierung meistert man nur zusammen.



**DIGITALER
TREND MONITOR**

2021





Joint Forces

HEBT AB



Die Digitalisierung bietet perfekte Voraussetzungen, um Ihre Kunden effizient und individuell zu bedienen. Gleichzeitig entstehen aber auch eine Menge neuer Touchpoints und damit steigt die Gefahr, dass Ihre Kunden eher das Gegenteil erleben: Standard-Ansprache und unzusammenhängende Botschaften.

Was also tun? Der Grund liegt oft darin, dass in den Unternehmen noch zu oft alte Prozesse vorherrschen und nicht abteilungsübergreifend gearbeitet wird.

Um online effektiv zu agieren, muss ein Umdenken einsetzen. Unsere Kunden haben im letzten Jahr begonnen, abteilungsübergreifende Teams aufzustellen, die sich primär aus Mitarbeiter/innen der Bereiche Marketing, Vertrieb/Sales und IT rekrutieren.

Der Bedarf für dieses Modell und eine interdisziplinäre Denkweise ergeben sich quasi von alleine, wenn man den Kunden ins Zentrum seiner Bemühungen stellt und die bestmögliche Customer Experience bieten will.

Bei jedem Digitalisierungsprojekt, in dem Kunden eine Rolle spielen, achten wir deshalb auch auf eine integrative Vorgehensweise.

Relevant weil: Kunden denken nicht in Marketing-Disziplinen. Sie wollen von einer Marke als ein Individuum wahrgenommen werden. Wenn Ihr Wettbewerb das bietet und Sie nicht, spüren das die Kunden.

**DIGITALER
TREND MONITOR**

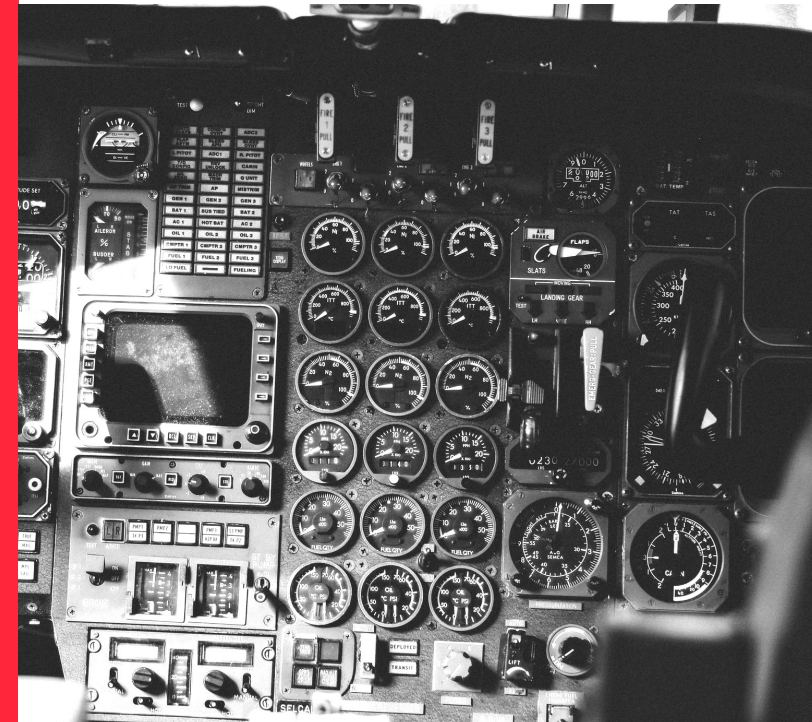


2021



Headless CMS

Die Basis für den digitalen
Marketing-Hub.



**DIGITALER
TREND MONITOR
2021**





Headless CMS

HEBT AB



Digitale Kommunikation beschränkt sich schon lange nicht mehr auf die eigene Website. Die Kanalvielfalt wächst quasi quartalsweise. Die eigenen Botschaften allerdings nicht - im Gegenteil. Diese müssen konstant und einheitlich sein und bleiben. Man braucht also ein System, das Inhalte kanal- und ausgabeneutral verwaltet und Schnittstellen zu allen anderen Systemen bietet.

Genau hier kommen Headless Content-Management-Systeme zum Einsatz. Frontend und Backend werden in einem Headless CMS nicht mehr starr miteinander verknüpft.

Es kann mit Inhalt gearbeitet werden, unabhängig vom Ausgabeformat. Der gleiche Inhalt erscheint

also beispielsweise im Blogbeitrag, auf der Smartwatch und in der Mitarbeiterzeitung, wird aber nur an einer Stelle verwaltet.

Darüber hinaus sind diese Systeme auch eine Voraussetzung, um kundenindividuelle Inhalte anzubieten – einer der Gründe, weswegen Unternehmen ihr Online-Marketing automatisieren.

Relevant weil: Stehen bei Ihnen aktuell Entscheidungen über IT Systeme an, sollten Sie auf jeden Fall an die Zukunftssicherheit denken.

**DIGITALER
TREND MONITOR**



2021



Augmented Reality

Von der Spielerei in den *Mainstream*.



**DIGITALER
TREND MONITOR**

2021





Augmented Reality

KOMMT



Virtuelle Objekte in realer Umgebung darstellen und so eine ganz neue Verbindung und neue Erlebnisse für Ihre Kunden schaffen. Die Technik ist nicht neu, wird aber unter anderem von Apple im Moment durch neue Handys und Betriebssysteme massiv gepusht.

Dadurch wird nicht nur die Erstellung passender Inhalte erleichtert. Es wächst auch die Erwartungshaltung auf Konsumentenseite. AR ist eine perfekte Ergänzung zu virtuelle Events. Aber auch ganz grundsätzlich gut dazu geeignet, das Konsumieren vor dem Bildschirm zu Hause oder mit dem Smartphone unterwegs mit Erlebnissen anzureichern, die im Gedächtnis bleiben.

Aus unserer Sicht ist es dabei nicht relevant, ob Sie

im B2C Bereich aktiv sind und Radiowecker verkaufen oder Ihren Kunden im B2B Bereich plastisch darstellen wollen, wie Ihre Produkte funktionieren: Sie hinterlassen bei Ihren Kunden bleibenden Eindruck.

Relevant weil: Der Austausch mit Kunden hat sich massiv in den digitalen Raum verlagert. Im direkten Vergleich mit einem Offline-Erlebnis sind klassische Online-Formate wie Video, Text, Bild und Animationen aber nur ein schwacher Ersatz. AR baut hier eine Brücke.

**DIGITALER
TREND MONITOR**





Interaktive E-Mails

Technik erhöht die Interaktionsrate.



**DIGITALER
TREND MONITOR**

2021





Interaktive E-Mails

HEBT AB

Newsletter bestanden bisher hauptsächlich aus einer Text/Bild-Kombination und haben versucht, mit einfachen Links Traffic auf die eigenen Online-Angebote zu lenken.

In letzter Zeit haben sich jedoch die E-Mail Clients – vor allem die mobile- und webbasierte Versionen – weiterentwickelt und erlauben es, Elemente und Mechaniken einzusetzen, die bisher nur auf Websites möglich waren. Interaktive Formulare oder Animationen steigern die Interaktionsrate deutlich. Das schafft echten Mehrwert für die User und verbessert die Genauigkeit der Analysedaten.

Anwendungsfälle sind z.B. kurze Umfragen oder das Einholen von Kundenfeedback.

Relevant weil: Kundendaten werden immer wichtiger und damit auch die Methoden, an diese Daten zu gelangen. Ein Newsletter, der statt reiner Information aus Sicht der Kunden eher als Tool fungiert und dadurch Mehrwert bringt, erzeugt durch die intensivere Nutzung eben diese Daten.

**DIGITALER
TREND MONITOR**





Purpose

Sich seiner Rolle bewusst werden.



**DIGITALER
TREND MONITOR
2021**





Purpose

FLIEGT



Ihre Marke hat eine neue Aufgabe und dadurch auch einen neuen Wert! Der Grund dafür liegt unter anderem darin, dass die Welt gerade wilde Zeiten durchlebt. So wild, dass Business as usual wirkt wie das Orchester auf der Titanic. Gerade in solch turbulenten Zeiten, sehnen sich Menschen nach Halt und nach etwas, an dem sie sich ein wenig festhalten können.

Dieser Rolle sollten sich Unternehmen bewusst werden. Der Public Value, also der Beitrag Ihres Unternehmens zum Gemeinwohl und zum gesellschaftlichen Miteinander, wird immer relevanter. Hat man seinen echten Purpose gefunden, gilt es diesen nach innen und außen erlebbar und damit wahr werden zu lassen.

Ob bei der Suche nach Talenten oder im Dialog mit Entscheidern auf Kundenseite: überall betritt eine Generation die Bühne, denen es um mehr geht, als nur Geld verdienen.

Das Resultat von Purpose-Findung und -Kommunikation: die Kundenbindung wird gestärkt, Sie werden als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen, der Wert Ihrer Marke steigt und die Resilienz des Unternehmens wird gestärkt, gerade in schwierigen Zeiten.

In der Kommunikation muss sich also der Ton ändern. Vor allem das Transportieren der Werte und der Haltung nach innen nimmt einen neuen Stellenwert ein, da Ihre Mitarbeiter immer noch ein wichtiger Touchpoint für Ihre Kunden sind.

Relevant weil: Entscheider in allen Bereichen gehören zunehmend einer Generation an, für die es um mehr geht, als ihr Produkt.

**DIGITALER
TREND MONITOR**

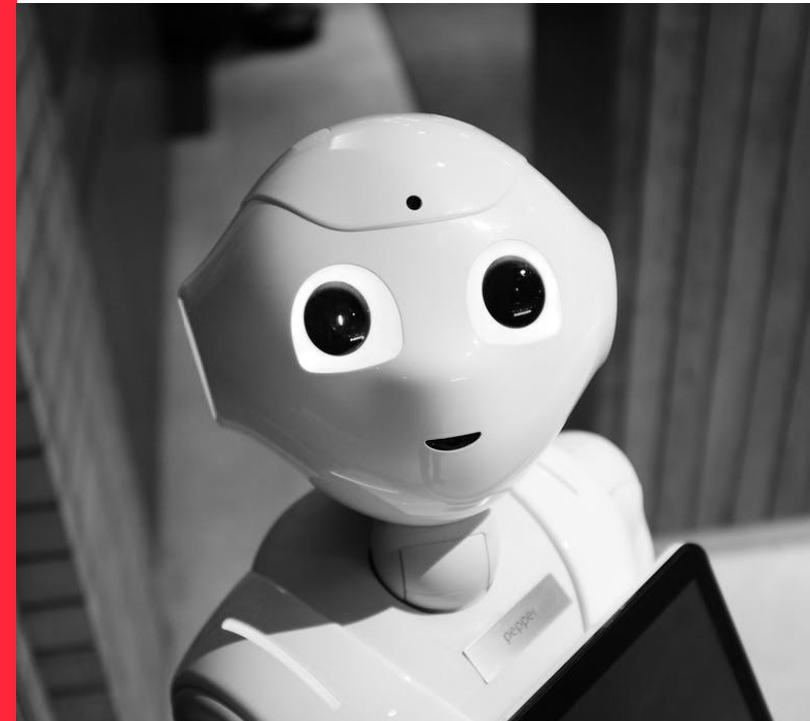


2021



Marketing Automation

Alles dreht sich um den Kunden.



**DIGITALER
TREND MONITOR**

2021





Marketing-Automation

HEBT AB



Das Aufsetzen verschiedener E-Mails, die Lead-Generierung, das Segmentieren von Interessenten – Marketeer sehen sich einer Vielzahl von Aufgaben gegenüber, die es möglichst effizient umzusetzen gilt.

Das Thema Marketing-Automation hat durch Corona noch einmal einen Schub bekommen.

Auch im B2B Bereich wird der Bedarf größer, eine direkte Kommunikation zu den eigenen Kunden – beispielsweise unabhängig vom Handel – aufzubauen.

Unternehmen stellen sich daher immer öfter so auf, die dazu notwendigen Daten effektiv zu erfassen. Diese Daten werden genutzt, um eine möglichst passgenaue und individuelle

Kommunikation zu etablieren. Freilich nicht manuell. Wie im B2C Bereich schon länger üblich, werden Systeme zur Automation von individueller Marketing-Kommunikation nun auch vermehrt von B2B Unternehmen genutzt.

Relevant weil: Aufgaben im Marketing werden immer komplexer und die Ansprache wird immer individueller. Gleichzeitig steigt der Anspruch im Umgang mit den eigenen Kunden. Handarbeit oder Schema „F“ sind 2021 nicht mehr die Mittel der Wahl, mit denen man hier punkten kann.

**DIGITALER
TREND MONITOR**



Redebedarf?

Über den echten Nutzen von Digitalisierung, Kundenzentrierung und Kommunikation können Sie gerne den Austausch mit mir suchen.

Ich freue mich auf Ihre E-Mail oder Ihren Anruf.

Matthias Bierich

Managing Director

+49 89 44 23 58 - 101

matthias.bierich@schalk-and-friends.de



&



DIGITALER
TREND MONITOR
2021





schalk&friends **DIGITALER TREND MONITOR 2021**

DANKE.

schalk&friends

Lindwurmstrasse 124
80337 München

schalk-and-friends.de

**DIGITALER
TREND MONITOR**



2021