Link: <https://www.computerwoche.de/a/marketer-befeuern-integration,1884078>

On- und Offline

Marketer befeuern Integration

Datum: 09.02.2009
Autor(en): Diego Wyllie

Eine aktuelle Umfrage unter Marketing-Experten zeigt, dass die konsequente Integration von On- und Offline-Kampagnen immer stärker in den Vordergrund rückt.

Heutzutage bewegen sich Kunden zwischen verschiedenen Kanälen hin und her, sie recherchieren beispielsweise vorab im Internet, bevor sie in einem Geschäft etwas kaufen. Um diesem **flexiblen Kundenverhalten**¹ gerecht zu werden, sollten **Marketing**²-Organisationen eine integrierte Umgebung schaffen, in der sie Kampagnen über sämtliche Kanäle hinweg durchführen können. Darauf weist der globale Anbieter von EMM-Lösungen (Enterprise-Marketing-Management) **Unica**³ hin. Im Rahmen einer europäischen Kundenveranstaltung Ende 2008 hat das Unternehmen nach eigenen Angaben eine Umfrage unter 240 Marketing-Experten aus 19 Ländern durchgeführt.

On- und offline als Einheit

Demnach planen 64 Prozent der befragten Fachleute, ihre Marketing-Kampagnen künftig konsequenter on- und offline zu integrieren. Ferner zeigt die Untersuchung, dass der Gebrauch des **Internets**⁴ als Kundenkanal für die Marketing-Abteilung immer wichtiger wird: Bereits in 50 Prozent der befragten Unternehmen werden die Online-Aktivitäten von der Marketing-Abteilung verantwortet, so die Umfrage.

Links im Artikel:

¹ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1883828/

² <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/m/marketing.html>

³ <http://www.unica.com/germany/index.htm>

⁴ <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/i/internet.html>