

Technik und Tradition in Einklang bringen

Cewe-Print verrät die Marketing-Trends 2020

Sehr geehrte Damen und Herren,

schon wieder ist ein Jahr, ja sogar ein ganzes Jahrzehnt um. Doch anstatt zurückzuschauen, wirft das Cewe-Print-Team lieber den Blick nach vorne und verrät, welche fünf Marketing-Trends für 2020 wichtig werden.

1: Zielgruppen verfeinern und individuell ansprechen

Die Zielgruppenansprache wird zukünftig noch diverser werden, als sie heute schon ist. Alle Kundensegmente haben verschiedene Bedürfnisse, reagieren unterschiedlich und haben eigene Ansprüche an Produkte. Für Marketing-Verantwortliche heißt das, dass sie für jede Zielgruppe eine individuelle Ansprache und einen eigenen Weg finden müssen. Manche sind eher digital unterwegs und reagieren auf E-Mail-Marketing während andere nur über eine analoge Ansprache per Print-Information erreicht werden können. Auch regional gibt es Unterschiede, die beachtet werden müssen. Für Marketer lohnt es sich daher, beim E-Mail-Marketing mit kleinen Verteilern und spezifischen Mail-Texten zu arbeiten und auch bei Print-Kampagnen auf kleine Auflagen zu vertrauen, die speziell auf eine Zielgruppe zugeschnitten sind.



2: Die alte und die neue Welt verbinden – Digital und Print sind zusammen am erfolgreichsten

Immer wichtiger wird es im neuen Jahrzehnt werden, die Vorteile der print- und der digitalen-Welt zu verbinden, beziehungsweise zu kombinieren. Studien haben herausgefunden, dass Kampagnen dann am besten funktionieren und die größten Öffnungs- und Erfolgsraten haben, wenn sie E-Mail-Aussendungen mit Print-Wurfsendungen kombinieren. Das heißt, dass potentielle Kunden sowohl online als auch analog angesprochen werden und so einem Produkt oder einer Dienstleistung mehrfach begegnen. Kampagnen, die sich digital und analog ergänzen haben somit große Chancen auf Erfolg.

3: Sportgroßereignisse in den Marketingplan integrieren

2020 ist das Jahr der Sportgroßereignisse: Erst die Jubiläums-Fußball-Europameisterschaft im Juni und Juli und anschließend im Juli und August die Olympischen Sommerspiele in Tokio. Marketer können diese Ereignisse bestens nutzen und in ihren Marketingplan integrieren. Entweder durch spezielle EM- oder Olympia-Angebote oder durch Veranstaltungen, bei denen Partner und Kunden zum gemeinsamen Fußballschauen eingeladen werden.

4: Internes Marketing wird immer wichtiger

In Zeiten von Fachkräftemangel und New Work werden die Angestellten immer wichtiger. Damit steigt auch die Bedeutung des internen Marketings. Ziel ist es, Angestellte emotional an das Unternehmen zu binden und ihre Zufriedenheit zu steigern. Marketing-Experten stehen hierfür eine ganze Riege an Mitteln zu Verfügung: Von Sport- und Gesundheitsangeboten, Weiterbildungsmöglichkeiten, Mitarbeiterzeitungen, Events bis hin zu Vergünstigungen ist alles möglich.

5: Kundenerlebnisse schaffen

Die Customer Journey wird immer wichtiger – ein Trend der sich auch in diesem Jahr fortsetzen wird. Kunden wollen sich bei ihrem Einkauf beraten und verstanden fühlen. Webshops beispielsweise müssen intuitiv bedienbar sein und Kunden zudem optisch ansprechen. Auch die Möglichkeit Produkte leicht zu individualisieren oder zu veredeln ist für Kunden ebenso wichtig, wie ein kostengünstiger und zuverlässiger Versand. Auch ressourcenschonende und klimafreundliche Angebote werden in Zeiten globaler Erwärmung immer wichtiger. Marketer sollten darauf achten auch hier spezielle Produkte im Angebot zu haben.

Mit freundlichen Grüßen

i.A.

Nina Möller

PR-Beraterin

SZ Scala GmbH

Ein Unternehmen des Süddeutschen Verlages, München,
einem Tochterunternehmen der Südwestdeutschen Medienholding, Stuttgart
Hultschiner Straße 8, 81677 München

Telefon: +49 (0) 89 21 83 – 7234

Telefax: +49 (0) 89 21 83 – 7212

E-Mail: nina.moeller@sz-scala.de

Sitz der Gesellschaft: München

Eingetragen beim Amtsgericht München unter: HRB 168626

Geschäftsführer: Stefan Hilscher, Dr. Karl Ulrich

USt-IdNr.: DE 216788809