

COPE präsentiert 6 Hidden Champions, die im Marketingjahr 2023 durch die Decke gehen

- Mehr Traffic, mehr Leads, mehr Umsatz.
- Mit welchen Marketing-Maßnahmen, Tools und kleinen Tricks Unternehmen im Jahr 2023 ihre Ziele erreichen können, zeigten Expertinnen bei der DIGITAL INNOVATION SESSION der COPE Content Performance Group.

Wien/Graz, 07. Dezember 2022

Das Marketinguniversum steht niemals still. Unzählige Kanäle, dauernd wachsender Werbedruck, die Weiterentwicklung von Tools und Technologien, ein Trend jagt den nächsten: Wie können sich Unternehmen bei diesem ständigen Wandel bestens für das Marketing-Jahr 2023 vorbereiten? "Es gibt nicht die eine große Lösung. Man kann auch mit mehreren kleinen Schritten viel herausholen", betont Hana Greiner, Kreativdirektorin bei der COPE Content Performance Group. "Verlieren Sie nicht die kleinen Kniffe aus den Augen", rät ihre Kollegin Klaudia Thier, ebenfalls Kreativdirektorin bei COPE. Gemeinsam haben die zwei Online-Marketing-Expertinnen den rund 100 Gästen der DIGITAL INNOVATION SESSION sechs besondere Hidden Champions vorgestellt – Marketing-Maßnahmen, mit denen Unternehmen und Marken im Jahr 2023 mehr aus ihrem Budget holen können.

Die Basis stärken

"Trauen Sie sich, bei Ihren Prozessen genauer hinzuschauen", empfiehlt Klaudia Thier. Ihr erster Hidden Champion: Stärken Sie die Basis, indem bestehende Kanäle verbessert und Posts optimiert werden - beispielsweise durch On-Page SEO-Maßnahmen für Social Media. "Guter Content allein reicht nicht mehr aus, um das Ziel, gefunden zu werden, zu erreichen", meint Klaudia Thier: "Wer SEO sagt, muss auch Social-Media-Optimierung sagen." Nutzer- und Profilnamen bzw. Profilbeschreibung sind entscheidend dafür, wann und wie ein Social-Media-Account in Suchergebnissen auftaucht. Hier lohnt es sich, relevante Keywords und Informationen wie Kontaktdaten oder Öffnungszeiten einzufügen. Marken sollten außerdem bei Alt-Texten, Bildunterschriften, Keyword-Hashtag-Sets nachschärfen.

Inspiration durch KI

"Künstliche Intelligenz kann die Kreativbranche aufmischen", meint Hana Greiner – und fügt sogleich hinzu: "Keine Angst: KI ersetzt die Kreativen nicht, sie unterstützt sie jedoch durch neue Perspektiven". In der Marketing-Welt wird KI jedoch erst wenig genutzt, dabei gebe es viele Anwendungsfälle. Daher lautet der zweite Hidden Champion DALL.E 2. Dieses KI-Tool kreiert schnelle Visuals auf Basis von Text. Es kann Bilder beliebig editieren oder bestehende Bilder erweitern. "Wie bei jedem Kreativen gilt auch bei DALL.E: Je besser das Briefing, desto besser der Output", so Hana Greiner. Der Mensch bleibt somit wichtig, denn das Tool ist nur so gut wie der kreative Input dahinter.

Einstieg in Marketing Automation

Die Idee ist geboren, nun muss sie in die Welt hinaus. Der richtige Inhalt muss im richtigen Format auf dem richtigen Kanal ausgespielt werden: Marketing Automation unterstützt Kampagnensteuerung und Vertriebsprozesse. Dahinter steckt jedoch viel Strategie. Die Marketing Automation Tools können viel, sie sind aber vielleicht nicht genau maßgeschneidert für das, was das jeweilige Unternehmen braucht. "Starten Sie mit einem oder zwei Workflows sowie kostengünstigen Tools in die Marketing Automation", meint Hana Greiner. IFTTT (If This Than That) ist daher der dritte Hidden Champion der beiden COPE Kreativdirektorinnen. Das einfach zu bedienende Tool verbindet Apps trigger-basiert miteinander und automatisiert Prozesse. Ein guter erster Schritt, um sich dem Thema Marketing Automation anzunähern.



Die "vergessene" Plattform

Traffic zählt – neben Markenbekanntheit und Conversion – zu den drei großen Zielen, die Unternehmen mit ihren Marketing-Kampagnen verfolgen. Facebook, Instagram, LinkedIn, das sind die Plattformen, die Unternehmen als am wichtigsten erachten. Was die meisten jedoch übersehen: **"Pinterest ist ein grandioser Traffic- und Reichweiten-Lieferant, wenn man die Plattform richtig bedient"**, sagt Klaudia Thier. Pinterest, der Hidden Champion Nummer vier, hat etwa eine Million User:innen (überwiegend Frauen) in Österreich, vor allem die Möbelbranche nutzt diese Plattform bereits gut. Wie nachhaltig Erfolg dort sein kann, zeigt der Interior-Blog "Desige Decors". Sogar nach einem Jahr ohne aktives Pinnen wurden damit etwa 73 Millionen User:innen und 218 Millionen Impressions erreicht. Zu beachten ist jedoch: **"Pinterest funktioniert nicht von heute auf morgen. Es braucht einen langen Atem und Ressourcen, um auf dieser Plattform erfolgreich zu werden"**, so Klaudia Thier.

Die Kraft von kontextuellem Targeting

Angekündigt ist sie bereits seit einiger Zeit, wann sie tatsächlich vor der Tür steht, ist noch ungewiss: die Cookieless-Future. Cookies galten lange als Rückgrat von Digital Advertising, nun wird es Zeit, sich nach Alternativen umzusehen. Eine smarte Herangehensweise ist kontextuelles Targeting, der fünfte Hidden Champion. Dies bedeutet, Werbemittel anhand von Kontext und Keywords auf einer Website auszusteuern. Dabei ist es wichtig, Keywords nicht nur zu inkludieren, sondern auch gewisse zu exkludieren – damit nicht eine Anzeige für Fußpilz neben einem Rezept mit Pilzsoße erscheint.

Frech zu sein zahlt sich aus

"Unterschätzen Sie nicht die Macht des Community Managements", meint Klaudia Thier. Daher lautet der sechste Hidden Champion: den Feed – und damit die Reichweite – anderer nutzen und dort passend zu den diskutierten Themen einen Kommentar einstreuen. Ein Beispiel: Eine berühmte Person präsentierte in ihrem Social-Media-Kanal eine eigene Schmuckkollektion, die Halskette erinnerte die User:innen jedoch an eine Aneinanderreihung von Büroklammern. Daraufhin schaltete sich ein Büroartikelhersteller mit einem witzigen Post ein. So können Unternehmen Aufmerksamkeit erreichen, ohne dafür zu zahlen. **"Dies erfordert jedoch Mut und Geschick. Frech zu sein kann sich aber auszahlen"**, so Klaudia Thier.

Die nächste DIGITAL INNOVATION SESSION der COPE Content Performance Group findet Anfang 2023 statt. Nähere Infos folgen auf copegroup.com.

COPE Content Performance Group [COPE] ist Österreichs Nummer 1 im Content Marketing. Wir entwickeln klare Content-Strategien, produzieren eindrucksvolle Inhalte und sorgen für Bewerbung, die wirkt: auf Social Media, in Magazinen, auf Webseiten und im reichweitenstärksten Mediennetzwerk Österreichs, dem COPE-Netzwerk, bestehend aus mehr als 100 Online-Medien. Mit 6 Spezialagenturen unter einem Dach sind wir klein genug, um schnell und persönlich zu beraten, und groß genug, um auch komplexe Themen ganzheitlich zu begleiten. Das alles bietet unsere Full Service Content-Marketing-Agentur mit 100 Expert:innen aus 12 Nationen. Content Marketing so einfach wie möglich – ganz ohne Bullshit. copegroup.com

