



Branding & Design

Top-Agenturen Die besten Branding- und Designagenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus allen Baskets.

medianet: Welches Projekt war in dieser partnerschaftlichen Betreuung das spannendste und welches das kleinste Projekt 2018?

Stepke: Am spannendsten war die Einführung eines voll programmatischen Display-Konzepts für einen großen Retailer. Auf Deutsch: Die Werbemittel wurden *dynamisch* – also personalisiert – an den einzelnen User angepasst: Kundenstatus, Kategorie-Präferenzen, seine Position in der Customer Journey, aber auch demografische Daten und Churn-Signale haben über 3.000 individuelle Banner erstellt, die damit sowohl ein Brand-Erlebnis als auch Performance produziert haben. Natürlich

medianet: Abseits der vielen erfolgreichen Projekte hatten Sie auch letztes Jahr einige andere Highlights zu feiern, wie Ihr 15-jähriges Bestehen.

Stepke: Wir sind letzten Mai in unser neues, modernes Büro am Opernring gezogen und haben dort unser 15-Jahr-Jubiläum zum Einstand gefeiert. Wir sind also ein Grown-up in dieser Branche und sehen das als Vorteil für unsere Kunden: Erfahrung, Stabilität, Kontinuität in einem dynamischen Umfeld. Dass wir durch eine Mitarbeiterbefragung von Great Place to Work zu den 40 Top-Arbeitgebern Österreichs gekürt wurden, bestätigt unsere Ausrichtung auf Qualität, Ethik, Entwicklungsmöglichkeiten und Menschlichkeit – diese Auszeichnung und dieses Feedback hat mich besonders gefreut!

”

e-dialog steht für engagierte, kompetente Mitarbeiter, die für ihre Kunden das Beste heraus-holen – solange es datengetrieben ist.

Siegfried Stepke
CEO e-dialog

“

lich wurde die Ausspielung auch via RTB (Realtime Bidding) gesteuert und damit der optimale Kontaktpreis für jede einzelne Ausspielung errechnet – eine gewaltige Leistung, die mein Team hier mit dem Kunden vollbracht hat.

Das kleinste Projekt sind immer Teilleistungen für Kunden: Da ein Werbemittel, dort eine Kampagne oder hier eine kurze Beratung. Das erfolgt in der laufenden Betreuung.

medianet: Wenn wir nach dem besonderen letzten Jahr in die Gegenwart wechseln – wie sehen dann Ihre Ziele aus?

Stepke: Wir bauen zwei Bereiche massiv aus: 1. Kreation und 2. Data Science, und ja – das hat viel miteinander zu tun! In der Kreation gehen wir nach der Personalisierung von Display-Bannern nun das Gleiche im Bereich Video an – und sind damit Vorreiter. Bewegtbild erzeugt derzeit einen der höchsten Impacts in allen Funnel-Stufen und ist auf vielen Kanälen buchbar – immer optimal getarget und bis auf den Einzel-View messbar.

Data Science beschäftigt sich mit der Modellierung und Nutzbarmachung von Rohdaten. Wir bringen vielen Unternehmen gerade bei, dass wir dabei nicht von Excel- oder anderen aggregierten Datenquellen sprechen, sondern von sehr vielen und oft in Echtzeit verfügbaren Daten. Für unsere fortgeschrittensten Kunden entwickeln wir immer mehr Lösungen in diesem Bereich.

| | | | | | |
|---------------------|--------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1 ranking | e-dialog | Basket 1: 25,00 Pkt. | Basket 2: 18,21 Pkt. | Basket 3: 36,90 Pkt. | 80,11 rating points |
| 2 ranking | gosh!audio | Basket 1: 18,00 Pkt. | Basket 2: 21,27 Pkt. | Basket 3: 39,27 Pkt. | 78,54 rating points |
| 3 ranking | MajorDesign | Basket 1: 14,00 Pkt. | Basket 2: 17,50 Pkt. | Basket 3: 36,00 Pkt. | 67,50 rating points |

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (30 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (30 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

medianet: Sie bieten die Kompetenzen von e-dialog nicht nur Ihren Kunden an, sondern Sie präsentieren auch einen Einblick in Ihr Fachwissen bei Ihren Veranstaltungen. Haben Sie noch weitere besondere Projekte geplant, die e-dialog 2019 umsetzen will?

Stepke: Wir veranstalten im April bereits die 8. Analytics-Konferenz im Schloss Schönbrunn und im Oktober die 4. Fachkonferenz für Programmatic Marketing, die ProgrammaticCon. Beide ziehen mittlerweile mehr als 50% Besucher aus Deutschland und der Schweiz an, was mich besonders stolz macht. Das besondere Projekt kommt aus dieser Division – und ist noch eine Überraschung.

medianet: Wechseln wir doch einmal die Sichtweise von den Projekten zu den Kunden. Was gibt es Neues von Kundenseite

oder genauer gesagt, welche Kunden sprechen sie als e-dialog besonders an?

Stepke: Vor allem Unternehmen, die den Wert, den Nutzen und die Verpflichtung zu Data Ownership erkannt haben, wählen uns als ihren Partner. Wir empfehlen immer, dass Werbetreibende selbst die Lizenz für ihre Tools und Daten haben sollten – oft ist das Gegenteil der Fall und Unternehmen sind an ihre Agenturen gebunden. Manchmal sind wir so nur Bereitsteller von Lizenzen, manchmal Full-Service-Betreuer und oft etwas in der Mitte.

medianet: Sie hatten gerade von Tools und Daten gesprochen. Im letzten Jahr gab es eine große Veränderung bei der Datennutzung mit der neuen Datenschutzgrundverordnung, kurz DSGVO. Wie sehen Sie die Herausforderungen in der Zu-