

Performen und branden

Die Performance Agentur NDA und die Branding-Experten Kings & Cake machten schon öfter gemeinsame Sache. Ein Doppelinterview.

WR. NEUSTADT. „Unsere Agenturphilosophie dreht sich um die Schaffung authentischer Markenerlebnisse, die nicht nur rasonieren, sondern auch nachhaltige Beziehungen zwischen unseren Kunden und deren Zielgruppen aufbauen“, erklärt Kings & Cake-CEO Fabian Wenninger im Doppelinterview. Die Philosophie spiegle sich im Streben nach Innovation wider, um die Markenpräsenz der Kunden zu stärken und deren Geschäftsziele effektiv zu unterstützen.

Sein Performance-Konterpart, NDA-CEO Andreas Treitl, der öfters mit Kings & Cake kooperiert, sieht bei den Branding-Experten einen guten Partner, denn: „Es gilt, die Einzigartigkeit jeder Marke in einem immer gesättigteren Markt hervorzuheben. Große Erfolge haben wir erzielt, indem wir tief in die DNA der Marken eingetaucht sind, um authentische Geschichten zu erzählen, die echte Emotionen wecken und starke Markenloyalität aufbauen.“

Strategie für Performance

Die Umsetzung erfolgt mit einem Muster: „Bevor wir mit neuen Kunden eine Strategie für Performance-Kampagnen festlegen, analysieren wir gemeinsam den Ist-Stand und das Ziel, welches

”

Bevor wir mit neuen Kunden eine Strategie für Performance Marketing festlegen, analysieren wir gemeinsam den Ist-Stand und das Ziel.

Andreas Treitl und Fabian Wenninger
CEOs von NDA und Kings & Cake



© Exvornal/Thomas Leskowsky/Bernd Sumreider



© KNC/Christopher Kelemen

erreicht werden soll. Daraus ergeben sich dann sehr individuelle Performance Marketing-Strategien, welche verfolgt werden, um die individuellen Ziele des Kunden zu erreichen.“

Durch die nahtlose Integration von Branding und Performance Marketing stellt das Duo sicher, dass Kampagnen nicht nur konversionsorientiert ist, sondern auch die Markenwerte und -botschaften stärken. Dies geht eben in Zusammenarbeit der Branding- und Performance-Teams von Anfang an, um kohärente Strategien zu entwickeln.

Der Erfolg wird anhand einer Kombination aus quantitativen und qualitativen Metriken gemessen, darunter Conversion-Raten, Engagement, Markenbekanntheit und Kundenzufriedenheit. „Diese Daten nutzen wir, um unsere Strategien kontinuierlich anzupassen und zu optimieren“, so Wenninger. Wichtig: Die Zusammenarbeit mit Kunden basiert auf Transparenz, gegenseitigem Vertrauen und Kommunikation: „Wir streben danach, ihre Markenidentität und Geschäftsziele vollständig

Im Duo

Andreas Treitl (CEO NDA, l.) und Fabian Wenninger (Kings & Cake) wissen, wie Brands gut performen können.

zu verstehen, um maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, die echte Ergebnisse liefern.“

Trends und Innovationen

Neue Möglichkeiten dafür gibt es durch KI und Machine Learning im Marketing. „Diese Technologien ermöglichen es uns, Kampagnen zu personalisieren und das Nutzerverhalten besser zu verstehen. Wir implementieren diese Innovationen, um die Effizienz unserer Kampagnen zu steigern und unseren Kunden einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen“, erklärt Treitl.

Das geht auch, weil beide Agenturen die Kreativität und das Streben nach Wachstum durch regelmäßige Weiterbildung und ein unterstützendes Umfeld begünstigen. „Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind integraler Bestandteil unserer Strategien“, meinen sie auch Richtung ihrer Kunden: „Langfristige zielen wir darauf ab, führend in der Schaffung von integrierten Marketinglösungen zu sein, die nicht nur Erfolg, sondern auch positive gesellschaftliche Veränderungen fördern.“ (gs)

“