



Medieninformation

willhaben blickt auf die wichtigsten Digital Advertising Trends 2018

Wien, 16. Jänner 2018: Micro Influencer, Micro Moments, Voice Search – die neuen Entwicklungen bringen viele Herausforderungen mit sich. Für Jochen Schneeberger, Leiter der Digital Advertising Abteilung von willhaben, gibt es 2018 fünf maßgebliche Trends, die kein Marketeer verpassen darf:

Das neue User-zentrische Weltbild verstehen

Die Besonderheit der heutigen, automatisierten und digitalen Kommunikation liegt darin, dass individuelle Nutzeransprache manuell kaum mehr möglich ist. Deswegen geht die Entwicklung immer stärker hin zu einem User-zentrischen Weltbild. Der Kunde ist so zu begleiten, dass die Erfahrungen, die er im Austausch mit einem Unternehmen sammelt, seinen individuellen Gewohnheiten optimal angepasst sind. Es muss ein klarer Mehrwert für den User erkennbar sein, der ihn dazu motiviert, den Inhalt zu lesen, ihn zu liken, zu kommentieren oder zu teilen. Der richtige Umgang mit Big Data für eine gelungene persönliche Kommunikation bleibt der Schlüssel zum Erfolg, denn 2018 wird Personalisierung großgeschrieben.

Content: Video ist King, Voice Search eine Herausforderung

Seit vielen Jahren ist Video-Content eines der effektivsten Instrumente, um Markenstories zu kommunizieren. Da Video-Algorithmen immer besser werden, kann man die Verbreitung künftig noch besser steuern. Noch ganz am Anfang steht hingegen die „Voice Search“-Technologie, die im nächsten Jahr für Werber eine völlig neue Herausforderung mit sich bringt. Ohne Bildschirm sind keine visuellen Inhalte als Suchergebnis auslieferbar, sondern lediglich akustische. Typischerweise wird dabei eine Sprachnachricht als Antwort auf eine Frage geliefert.

Micro-Moments: Kleine Mosaikstücke im Big Picture

Schnelle Reaktionen auf momentane Bedürfnisse sind oft wichtiger als langfristige Strategien. Ob Echtzeitinhalte oder neue Produkt-Features – im Fokus steht das Erlebnis, das als echt, relevant und persönlich wahrgenommen werden muss. Da vor allem Smartphones für die Suche nach schnellen Antworten genutzt werden, muss der Content vor allem mobil funktionieren.

Chatten liegt wieder im Trend

Trends deuten ein Revival der ursprünglichen Kernkompetenz von Social Media an: Menschen teilen nicht nur Links, Videos und Bilder in ihren Social Feeds, sie kommunizieren auch wieder verstärkt mit einander. Man tauscht sich speziell über Messaging aus, um sich zu verabreden, zu informieren oder zu erheitern.



Think Small – Micro-Influencer verändern die Spielregeln

2018 entwickelt sich die vielbesprochene Influencer-Szene weiter: Für viele Marken sind mittlerweile Micro-Influencer (250-5000 Follower) erfolgsversprechender, da sie im Schnitt doppelt so viel Interaktion erzeugen wie ihre „großen“ Kollegen. Die Daten zeigen, dass mit Hilfe von mehreren kleinen Influencern oftmals kostengünstiger und einfacher vergleichbare Performanceergebnisse erzeugt werden können.

Pressekontakt:

Thomas Reiter, Reiter PR

Tel.: 0676/66 88 611

Email: thomas.reiter@reiterpr.com