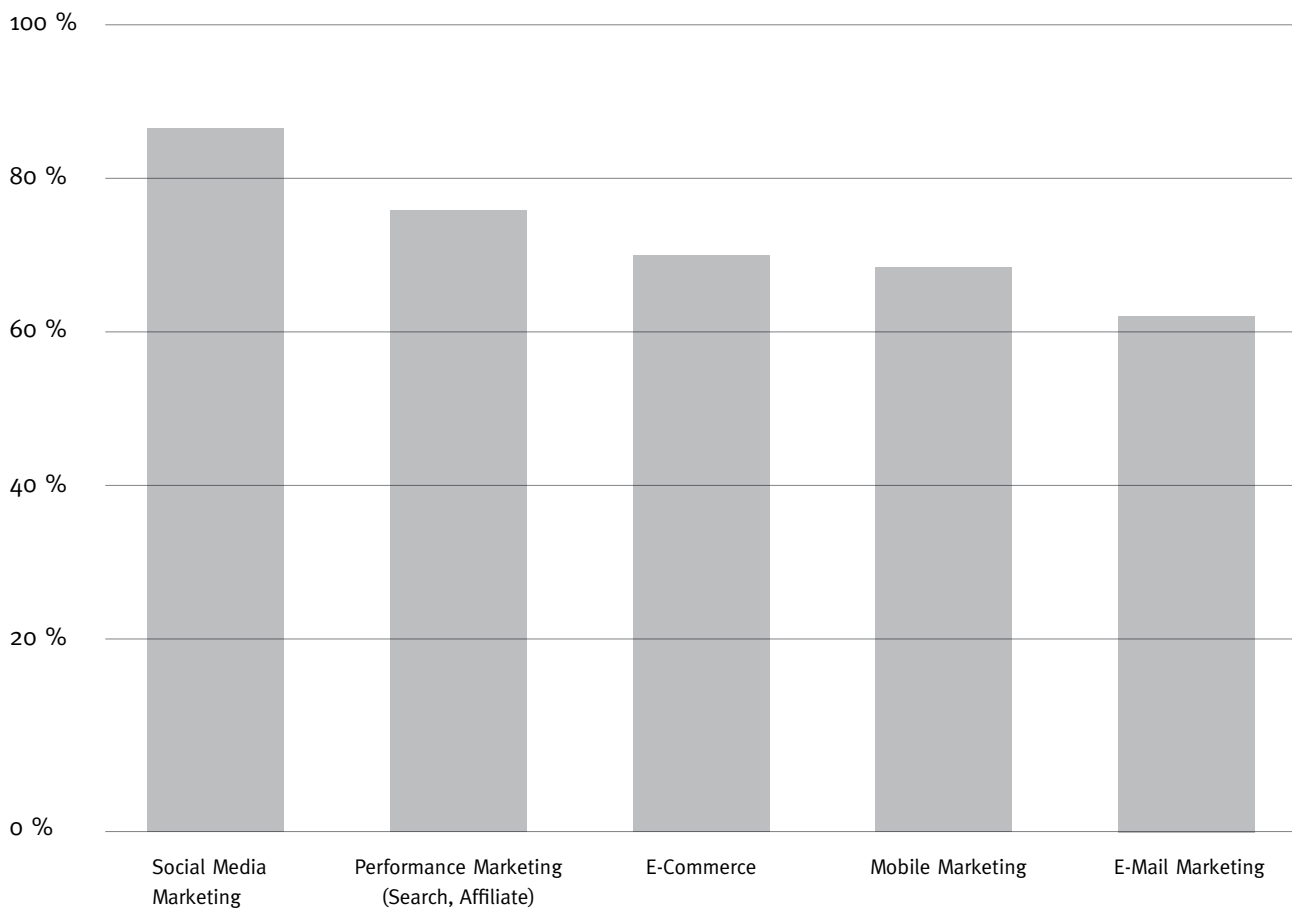


# Hier ist der Performance Marketing Baukasten – greifen Sie zu!

## Unternehmen müssen Return on Investment nachweisen

Leistungsmessung und Leistungsoptimierung sind für Unternehmen und deren Marketing-Agenturen zu einer Schlüsselfrage geworden – und das schon seit einigen Jahren. Inzwischen hat sich das Performance Marketing zum Dreh- und Angelpunkt messbarer Marketing-Erfolge entwickelt. Bereits 2012 fragte der Bundesverband Digitale Wirtschaft mehr als 100 Agenturen, welche Marketingmaßnahmen sie im digitalen Bereich für ihre Kunden planten. Fast 80 Prozent gaben dabei an, Performance Marketing direkt nach Social Media Marketing vorzusehen.

## Welche Marketingmaßnahmen planen Sie für Ihre Kunden im digitalen Bereich?

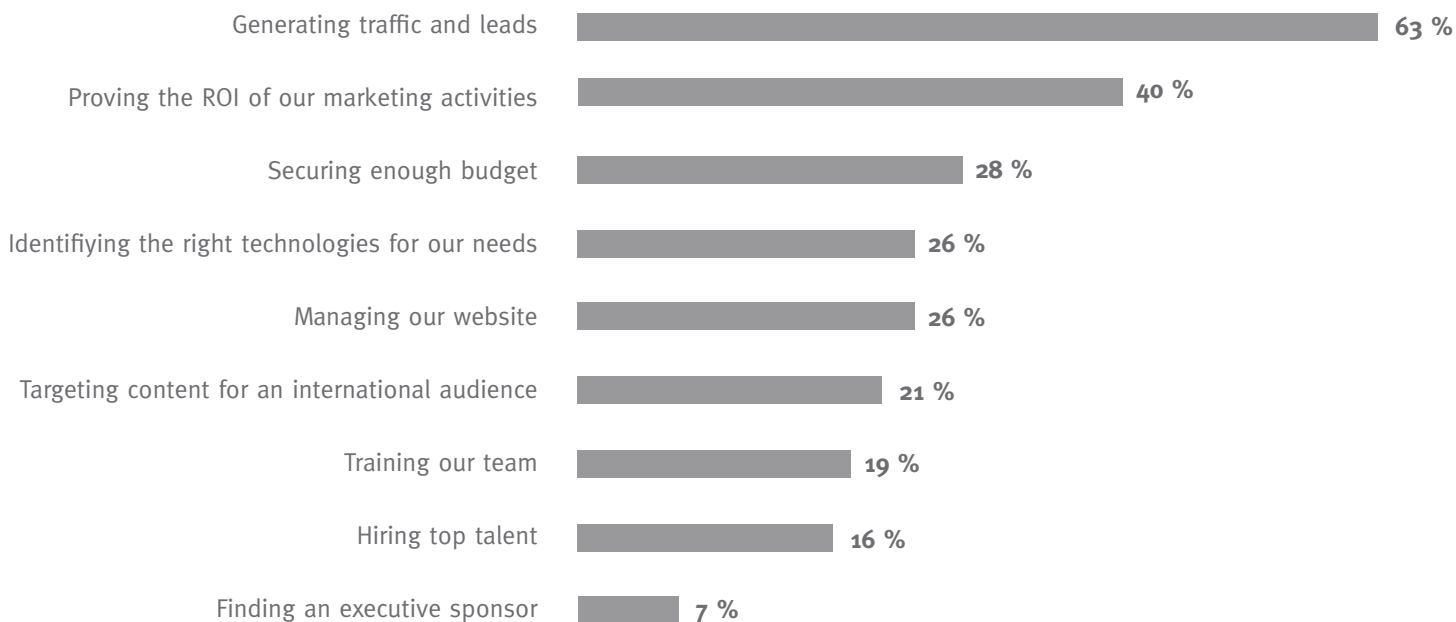


Quelle: BVDW Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.)

## Die größten Herausforderungen? Traffic generieren und ROI nachweisen...

Die Unternehmen stehen grundsätzlich vor denselben Herausforderungen: Zu den wichtigsten Aufgaben gehört es, Traffic und Leads zu generieren, sagen 68 Prozent der befragten Unternehmen. Die zweitwichtigste Herausforderung ist es, den Return on Investment der im Marketing verwendeten Gelder nachzuweisen. Das Performance Marketing schlägt diese Fliegen gleich mit einer Klappe, erweist es sich doch als besonders wirksam einerseits und sehr transparent andererseits.

## What are your companys top marketing challenges?



Quelle: <https://www.hubspot.com/marketing-statistics>

## Die vier großen Trends im Performance Marketing

1. Die Ausgaben für Online Marketing werden die Ausgaben für klassisches Marketing nach Schätzungen von Experten demnächst übertreffen – die Budgets sollten also dahin verlagert werden, wo sich die Zielgruppen aufhalten. Und das ist online, online, online.
2. Personalisiertes Marketing wird noch wichtiger: Es ist nicht mehr ausreichend, Zielgruppen auszumachen und anzusprechen. Performance Marketing wendet sich an einzelne Personen und spitzt die Botschaft weiter zu. Genau für DICH.
3. Künstliche Intelligenz (Artificial Intelligence) wird im Marketing in Zukunft von entscheidender Bedeutung sein, um das Kundenverhalten besser zu verstehen und die Erfahrungen in personalisierte Botschaften umzusetzen, vermuten Branchen-Experten.
4. Optimierung schlägt Akquise: Statt immer sofort auf den nächsten Trend aufzuspringen, tun viele Unternehmen gut daran, zunächst zu optimieren, was sie bereits begonnen haben. Das ist effizienter und bündelt die Energien, bevor der nächste Mega-Trend losbricht.

Unsere Performance Marketing Experten beraten Sie gerne, wie Sie Ihr Budget sinnvoll aufteilen und Ihre Kunden optimal ansprechen können.

Uns erreichen Sie ganz einfach und punktgenau per Telefon unter +49 7351 – 18 97 10 oder per Mail an [info@saupe-communication.de](mailto:info@saupe-communication.de)