

#Marketing #Studie

# Digital Trends 2017: Customer Experience genießt bei Marketern Top-Priorität

**Aktuelle Adobe Studie geht den Trends des weltweiten Marketings auf den Grund:**

- **Knapp zwei Drittel konzentrieren sich 2017 auf das Kundenerlebnis**
- **Für 86 Prozent führt Erfolg vor allem über das Design**
- **Rund ein Viertel setzt auf Virtual und Augmented Reality**

**München, 15. Februar 2017** – 2017 wird das Jahr des Kundenerlebnisses: 63 Prozent der internationalen Marketingentscheider wollen sich 2017 mit Nachdruck darauf konzentrieren. Zur Umsetzung einer begeisternden Customer Experience setzt rund jeder Dritte auf gezieltes Content Marketing (29 Prozent), gefolgt von Social Media Engagement (28 Prozent) und Personalisierung (25 Prozent). Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „Digital Trends 2017“, die das Marktforschungsinstitut Econsultancy im Auftrag von Adobe durchgeführt hat. Im Rahmen dieser weltweiten Studie wurden mehr als 14.000 Marketingverantwortliche befragt. Im Vergleich zum Vorjahr hat die digitale Transformation der Unternehmen demnach weiter Fortschritte gemacht – mit deutlichen Auswirkungen auf die Firmenkultur, Zusammenarbeit der Abteilungen, Skills, Technologie und den Umgang mit Daten. In fast jedem zweiten Unternehmen (46 Prozent) sind die meisten Marketingaktivitäten inzwischen digital getrieben (2016: 42 Prozent). Bei 19 Prozent der Befragten ist das Digital Marketing jedoch noch immer von den übrigen Marketingaktivitäten getrennt (2016: 21 Prozent).

## **Auf die Unternehmenskultur und das Design kommt es an**

Als zentrale Erfolgsfaktoren eines überzeugenden Kundenerlebnisses werden in den befragten Unternehmen vor allem eine durchgängige Strategie (78 Prozent), die entsprechenden Skills der Mitarbeiter (74 Prozent) und die richtige Unternehmenskultur (73 Prozent) angesehen. Vor allem spielt das Design nach Meinung der weltweiten Marketer eine wichtige Rolle: 86 Prozent von ihnen sind der festen Überzeugung, dass designgetriebene Unternehmen erfolgreicher agieren als andere Firmen. Die ansprechende Gestaltung des Kundenerlebnisses ist somit mindestens genauso wichtig wie das Bereitstellen von personalisierten und relevanten Inhalten. Die große Mehrheit der Unternehmen (82 Prozent) fühlt sich für diese Herausforderung jedoch schon heute bestens aufgestellt. Mehr als drei Viertel (77 Prozent) investieren in erster Linie ins Design, um eine hohe Wiedererkennung für die eigene Marke zu erzeugen. Nur 41 Prozent glauben, dass ihr Unternehmen nicht über die nötigen Prozesse und kollaborativen Workflows verfügt, um diesen Design-Trumpf auszuspielen.

„2017 ist das Jahr der Customer Experience. Auch im deutschen Markt mit seinem sehr starken Mittelstand, der nach wie vor vom Ingenieurwesen geprägt ist, hat ein Umdenken im Marketing stattgefunden: Die Notwendigkeit zum erlebnisorientierten Business ist endgültig erkannt, jetzt geht es an die Umsetzung. Guter Content und ein ansprechendes Design sind dabei zweifellos wichtige Komponenten, reichen allein aber nicht aus. Für begeisternde Kundenerlebnisse kommt es nicht zuletzt auf die richtige Datenbasis an. Denn: Wer seine Kunden nicht wirklich kennt, wird ihnen auch keine maßgeschneiderte Customer Experience bieten können. In Sachen Analytics besteht in vielen der Unternehmen jedoch noch immer dringender Nachholbedarf“, so Stefan Ropers, Managing Director Central Europe bei Adobe.

## **Customer Experience bestimmt das Marketing der nächsten Jahre**

Für die befragten Marketer ist die Customer Experience keineswegs ein kurzlebiger Trend, sondern bleibt auch in Zukunft Top-Thema: Ein überzeugendes Kundenerlebnis zählt für mehr als jeden Vierten (29 Prozent) zu den wichtigsten Herausforderungen der nächsten fünf Jahre. Produkt- und Service-Innovationen, Kundenservice und Produktqualität liegen mit jeweils 17 Prozent klar dahinter. Für die künftige Optimierung der Customer Experience stehen insbesondere der Ausbau der Analysekapazitäten (63 Prozent), die Verbesserung der internen Kommunikation zwischen Marketing- und Kreativ-Teams (53 Prozent) sowie verbesserte innerbetriebliche Workflows (53 Prozent) im Fokus. Bis zum Jahr 2020 plant ein Viertel der befragten Marketer Virtual oder Augmented Reality einzusetzen, um die Kunden zu einem stärkeren Engagement zu motivieren. Speziell in Europa stehen künstliche Intelligenz und Bots als wichtige Zukunftstechnologien des Marketings hoch im Kurs.

## Digital Trends 2017: Customer Experience genießt bei Marketern Top-Priorität



Adobe #DigitalTrends 2017: #CustomerExperience genießt bei weltweiten Marketern Top-Priorität – Infos unter <https://adobe.ly/2k5SarG>



Das Kundenerlebnis genießt im weltweiten Marketing weiterhin Top-Priorität: 63 Prozent der internationalen Marketingentscheider wollen sich 2017 mit Nachdruck darauf konzentrieren. Zur Umsetzung einer begeisternden Customer Experience setzt rund jeder Dritte auf gezieltes Content Marketing (29 Prozent), gefolgt von Social Media Engagement (28 Prozent) und Personalisierung (25 Prozent). Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „Digital Trends 2017“, die das Marktforschungsinstitut Econsultancy im Auftrag von Adobe durchgeführt hat. Im Rahmen dieser weltweiten Studie wurden mehr als 14.000 Marketingverantwortliche befragt. Im Vergleich zum Vorjahr hat die digitale Transformation der Unternehmen demnach weiter Fortschritte gemacht – mit deutlichen Auswirkungen auf die Firmenkultur, Zusammenarbeit der Abteilungen, Skills, Technologie und den Umgang mit Daten. In rund jedem zweiten Unternehmen (46 Prozent) sind die meisten Marketingaktivitäten inzwischen digital getrieben (2016: 42 Prozent). Im Silo steckt das Digital Marketing nur noch bei 19 Prozent der Befragten fest (2016: 21 Prozent). Weitere Infos und Ergebnisse unter <https://adobe.ly/2k5SarG>

### Nützliche Links

- [Digital Trends 2017](#)

### Adobe-Blog & Social Media-Accounts

- [Adobe Digital Marketing Blog](#)
- [Twitter](#)
- [Facebook](#)
- [Google Plus](#)
- [YouTube](#)

### Pressekontakt

ADOBE SYSTEMS GmbH

**Martin Moschek**

Communications Manager, Central Europe

FAKTOR 3 AG

**Lisa Bickhardt**

PR-Consultant

Tel: (0)40-67 94 46-79

Fax: (0)40-67 94 46-11

E-Mail: [adobe\\_mc@faktor3.de](mailto:adobe_mc@faktor3.de)

<http://www.adobe-newsroom.de>