

Unsere Eindrücke von der DMEXCO 2019

Diese Trends waren auf der DMEXCO 2019 wichtig:

Am 11. und 12. September 2019 fand zum elften Mal die größte Fachmesse für digitales Marketing „Digital Marketing Expo & Conference“ (kurz DMEXCO) statt. Circa 1000 Aussteller und Redner aus der Digitalwelt versammelten sich in der Koelnmesse, darunter die Giganten wie Oracle, Microsoft, Facebook, IBM, Amazon, Ebay, Shopify, Google und andere. Laut Veranstalter haben ca. 41.000 Teilnehmer die Messe besucht. Hier schildere ich Euch meine Eindrücke.



Search for Truth and Customer Trust

Matt Brittin und Emily Henderson von Google, Jason Rose von SAP und Wikipedia Gründer Jimmy Wales haben vor allem über das Thema Kundenvertrauen gesprochen. Das Kundenvertrauen ist heute mehr denn je für alle Unternehmen und insbesondere für E-Commerce Unternehmen von größter Bedeutung. Viele Websitebesucher legen jetzt schon viel Wert auf Seriösität und schauen zuerst auf den

Trust einer Website und lesen Bewertungen. Preise werden verglichen und mögliche zusätzliche Prämien, wie z.B. Cashback, Punkte, Rabatte etc. mit anderen Webseiten und Shops abgeglichen. Ehrlichkeit und echte Information, echte Bewertungen und echte Bilder spielen im 21. Jahrhundert eine sehr starke Rolle. Authentizität ist das Stichwort. Vielen Kunden ist bewusst, dass heutzutage viele Fake-Websites und Betrüger im Netz unterwegs sind. Dennoch fallen Nutzer immer wieder auf derartige Maschen herein. Aus diesem Grund werden Nutzer immer vorsichtiger und Dinge, wie Gütesiegel, guter Support, Bewertungen und allgemeine Bekanntheit auf mehreren Marketing-Kanälen sind sehr wichtige Faktoren für die Entscheidung des Nutzers.



Kontrolle über die eigene Marke gleichzeitig durch mehr als 100 digitale Dienste verwalten

Dank [Yext](#) kann man die Informationen über das Unternehmen zentralisiert verwalten und gleichzeitig mit einem einzigen Mausklick auf mehreren Kanälen verteilen. Verschiedene Lösungen wie z.B. „Yext Pages“, „Yext Listing“, „Yext Reviews“ und anderen kann man die Landingpages der Marke optimieren, unabhängig davon, wie die Nutzer suchen. Außerdem kann man die Website mit über 150



digitalen Diensten, wie z.B. Google, Amazon Alexa, Bing, Facebook, Yahoo, Yelp und anderen, integrieren und die Unternehmensdaten, neue Informationen verwalten, verteilen und Reviews managen.

Chatbots und Live-Chats sind schon jetzt wichtig

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX



SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX

Ein Chatbot ist eine Software zur Kommunikation mit Benutzern. Chatbots können unterhaltsame, informative oder Referenzfunktionen ausführen sowie Einkäufe begleiten oder anregen. Meistens werden Chatbots auf Basis der gängigen Instant Messenger erstellt: Facebook Messenger, WhatsApp sowie Webbasierte Chatbots. Schon jetzt kommunizieren Milliarden Menschen mit Hilfe dieser Apps. Die Möglichkeit, Kunden aus dieser Quelle selbstständig anzusprechen nicht zu nutzen, wird immer mehr zu verschenktem Potenzial. Chat-Bots sind sowohl für Online-Shops als auch für Unternehmensseiten sehr nützlich. Laut Google schreiben 65% der Nutzer lieber an Unternehmen, als sie anzurufen. Durch die Integration des Chat-Bots wird die Conversion auf der Site deutlich erhöht und gleichzeitig weniger Service-Personal gebunden.

Mit dem Chat-Bot für den Online-Shop können Benutzer:

- sich über das Sortiment informieren;
- die Merkmale der Produkte vergleichen;
- eine Bestellung mit wenigen Klicks aufgeben;
- mehr über die neuesten Modetrends erfahren;

Der Shop-Betreiber profitiert von erhöhter Loyalität des Nutzers, Neukundengewinnung und Umsatzwachstum, sowie reduzierte Personalkosten (z.B. User-Support).

Mehr Infos: <https://www.optimise-it.de/de/>

Conversion prüfen und erhöhen dank Contentsquare

Eine super Toolbox bietet [Contentsquare](#): Durch eine Browser- und Script-Implementierung kann man alle Bereiche (Buttons, Bilder, Navigation etc.) visuell und mit konkreten Live-Zahlen tracken und anpassen. Das Tool zeigt alle Websitelementen auf die der Nutzer geklickt hat in Prozentzahlen und macht davon ausgehend Optimierungsvorschläge. So kann man alle Seiten inkl. Klicktiefe im Dashboard prüfen, sowie einzelne Seiten in „Live-Modus“.

Faxt-Finder: KI-basierten Technologie für Suche, Navigation und Merchandising

Ein sehr interessantes [Tool](#) für Online-Shops, basierend auf künstlicher Intelligenz. Das Tool ist hauptsächlich für der Suche und Navigation gedacht. Durch eine Shop-Integration zeigt das Tool maximal

relevante Suchergebnissen und alles was für den Nutzer interessant und natürlich relevant sein könnte.

Automatische Textgenerierung – noch ein Schritt weiter in der Content-Erstellung

Mit der Verwendung von Big Data und künstlicher Intelligenz ist es schon heute möglich, relevante und einzigartige Texte automatisch zu erstellen. Doch [automatische Texterstellung](#) ist nicht für jeden etwas. Unternehmen wie [TextoMatic](#) oder [Retresco](#) spezialisieren sich auf automatische Texterstellung und zeigen mehr und mehr beeindruckende Ergebnisse.



Volle Hallen – Viele Infos: Das war die DMEXCO 2019

Mein Fazit zur DMEXCO 2019:

Durch Integrationen der modernsten Technologien, wie z.B. Chatbots, cleverer SEO-Optimierung für Shops, automatischer Textgenerierung und Bekanntmachung auf allen möglichen Information- und Vertriebskanälen kann man der Konkurrenz immer einen Schritt voraus sein.