

Definition der 20 wichtigsten Marketingtrends 2020/2021

Trendlexikon

des Masterstudiengangs Marken- und Medienmanagement
der Hochschule Würzburg-Schweinfurt
Oktober 2020



Autoren

Prof. Dr. Karsten Kilian
Kim Laura Beideck
Julia Rüger

Die Autoren



Prof. Dr. Karsten Kilian

Prof. Dr. Karsten Kilian ist Professor für Marketing und Markenmanagement an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt, Leiter des Masterstudiengangs Marken- und Medienmanagement und Gründer von Markenlexikon.com.



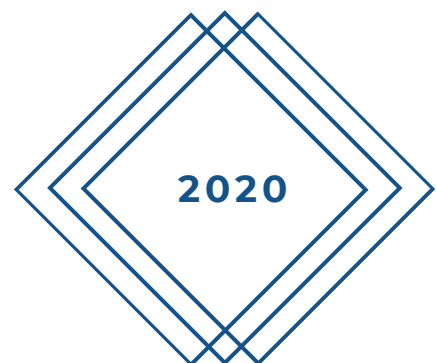
Kim Laura Beideck

Kim Laura Beideck ist angehende Masterabsolventin der Hochschule Würzburg-Schweinfurt, freiberufliche Online Marketing Managerin sowie Masterandin bei Bosch Rexroth.



Julia Rüger

Julia Rüger ist angehende Masterabsolventin und Tutorin der Hochschule Würzburg-Schweinfurt sowie Freelancer im Bereich Marketing, Beratung und Design.



1 Agiles Marketing

Agiles Marketing bezeichnet die vorausschauende und offensive Gestaltung des Marketing-Mix, sprich von Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution, um bei unvorhersehbaren Veränderungen handlungs- und wandlungsfähig agieren zu können. Beim agilen Marketing werden Maßnahmen proaktiv und schnell angepasst, damit sich ein Unternehmen in kürzester Zeit neu justieren kann.

Quelle: Vgl. Kilian (2018), S. 9.

2 Chatbots

Bei Chatbots handelt es sich um eine KI basierte Technologie, die es Unternehmen ermöglicht, mit Ihren Kunden oder Website Besuchern in Echtzeit rund um die Uhr zu chatten, z.B. in Form von Instant Messaging.

Quelle: Vgl. Nidhi (2019), online.

3 Content Marketing

Content Marketing bezeichnet die Produktion, Organisation und kostenlose Bereitstellung relevanter Inhalte für aktuelle und potenzielle Kunden durch Unternehmen. Texte, Grafiken, Fotos, Podcasts und Videos gehören zu den typischen Formaten Nutzen stiftender Inhalte. Ziel von Content Marketing ist die Wahrnehmung und Wertschätzung von Kunden und Interessenten.

Quelle: Vgl. Kilian (2016), S. 7.

4 Conversational Marketing

Conversational Marketing ermöglicht eine Eins-zu-eins-Verbindung zwischen Unternehmen und Kunden in Echtzeit. Dadurch soll die Nutzererfahrung des Kunden verbessert werden. Diese Form des Marketings ist über mehrere Kanäle verfügbar, so dass Marken die Kunden auf den Geräten, Plattformen und Zeitplänen treffen können, die von den Kunden präferiert werden.

Quelle: Vgl. Nidhi (2019), online.

5 Customer Experience Management

Das Customer Experience Management hat zum Ziel, alle Erlebnisse, die ein Kunde mit einem Unternehmen macht, zu optimieren. Dazu zählt insbesondere die optimale Ausgestaltung der Customer Journey und damit sämtlicher Customer Touchpoints.

Quelle: Vgl. Schmitt (2018), S. 250.

6 Data Driven Marketing

Data Driven Marketing basiert auf der Sammlung, Analyse und Interpretation von Daten. Diese sollen anschließend strategisch für das Marketing genutzt werden. Anhand von Daten soll das Verhalten der User besser verstanden werden. Die aus Daten gewonnen Erkenntnisse dienen als Grundlage für Entscheidungen im Marketing und als Ausgangspunkt für datengetriebene Kampagnen.

Quelle: Vgl. textbroker (o.J.), online.

7 Influencer Marketing

Influencer Marketing nutzt Personen mit Ansehen, Einfluss und Reichweite für die eigene Markenkommunikation. Einflussnehmer gelten in ihrer Community als vertrauenswürdige Vorbilder, deren Meinungen und Empfehlungen Beachtung geschenkt wird. Dadurch sind Einflussnehmer fähig, die Wahrnehmung und den Abverkauf von Marken positiv zu beeinflussen.

Quelle: Vgl. Kilian (2016), S. 7.

8 Künstliche Intelligenz (KI) im Marketing

Mit Künstlicher Intelligenz (KI) ist die Erforschung eines intelligenten Problemlösungsverhaltens und intelligente Computersysteme gemeint. Dabei wird versucht, dem Menschen ähnelnde Entscheidungsstrukturen in einem nicht definierten Umfeld mit Hilfe von Software nachzubilden.

Quelle: Vgl. Gruenderszene.de (o.J.), online.

9 Marketing Automation

Marketing Automation umfasst alle Softwarelösungen, die Marketingprozesse automatisieren und aus folgenden Funktionen bestehen: Datenbank, Web Controlling, Kommunikation, Workflows und CRM Synchronisation. Die Systeme erleichtern die Planung, Steuerung und Auswertung von Marketingkampagnen. Durch die Software Plattformen kann eine automatisierte und personalisierte Kommunikation mit potentiellen Kunden und damit die Lead Generierung ermöglicht werden.

Quelle: Vgl. online marketing-praxis (o.J.), online.

10 Personalisierung im Marketing

Personalisierung im Marketing beschreibt Marketingkampagnen bzw. Angebote, die, meist unter Hinzuziehung von Marketing Automation, explizit auf einen Kunden zugeschnitten sind. Kern der Personalisierung im Marketing ist es, eine Beziehung zum Kunden aufzubauen und sie ganz individuell anzusprechen.

Quelle: Vgl. Trusted Shops (2020), online.

11 Podcasts

Als Podcasts werden Audio- und Videobeiträge bezeichnet, die über das Internet verbreitet werden. Der Begriff setzt sich aus den Wörtern Pod für „play on demand“ und cast als Abkürzung von „Broadcast“ (Rundfunk) zusammen.

Quelle: Vgl. Markgraf (o.J.), online.

12 Privacy Marketing

Privacy Marketing umfasst alle Marketingmaßnahmen, die ein Unternehmen hinsichtlich des Datenschutzes seiner Kunden und Websitebesucher vornimmt. Die Sammlung und Nutzung von Daten ist mit bedeutenden Risiken für Verbraucher verbunden. Den Risiken stehen die potentiellen Chancen für Unternehmen gegenüber, die aus der Informationsnutzung hervorgehen können. Hierzu klären Unternehmen die Nutzer auf und sorgen für Transparenz im Umgang mit den Daten der Nutzer.

Quelle: Vgl. Nidhi (2019) online; Kroschke (2018), S. 182ff.

13 Purpose im Marketing

Purpose wird auch als (höherer) Unternehmenszweck bezeichnet. Hierbei handelt es sich um die Summe der unternehmensinternen und -externen Mehrwerte, die aus Überzeugung erbracht werden und dadurch gewinnbringend sind. Nicht zu verwechseln mit der Haltung eines Unternehmens, bei der es sich um die innere Grundeinstellung eines Unternehmens handelt.

Quelle: Vgl. Kilian (2019), S. 6.

14 Search Engine Advertising (SEA)

Das Suchmaschinen Advertising (SEA) umfasst bezahlte Maßnahmen für eine verbesserte Markenpräsenz innerhalb der Ergebnisse von Suchmaschinen. Ein Unternehmen kann dafür bezahlen, mit seiner Anzeige einen Platz in der Ergebnisliste zu erhalten, wenn der User nach einem bestimmten Keyword oder einer Keyword Kombination sucht. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass ein potentieller Kunde die Unternehmensseite besucht und einen Einkauf tätigt.

Quelle: Vgl. Gruenderszene.de (o.J.), online.

15 Search Engine Optimization (SEO)

Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) bezeichnet alle Maßnahmen, die eine Website in den organischen Suchergebnissen einer Suchmaschine höher erscheinen lassen. Im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung wird eine Website so gestaltet, dass Suchmaschinen sie optimal lesen und analysieren können. So kann die Website im besten Fall unter den ersten zehn Suchresultaten erscheinen.

Quelle: Vgl. Gruenderszene.de (o.J.), online.

16 Social Media Marketing

Social Media Marketing ist eine Form des Onlinemarketings, bei der soziale Medien für eigene, unternehmerische Zwecke genutzt werden. Dazu zählen insbesondere Facebook, Instagram, YouTube, Twitter und TikTok.

Quelle: Vgl. online marketing- praxis (o.J.), online.

17 Social Commerce

Social Commerce ist eine Form des E-Commerce, bei der Social Media Plattformen, wie bspw. Instagram, zum direkten Verkauf von Produkten genutzt werden. Dabei steht die aktive Beteiligung und die persönlichen Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden im Vordergrund.

Quelle: Vgl. online marketing-praxis (o.J.), online.

18 Sustainable Marketing

Sustainable Marketing zielt darauf ab, das Leistungsangebot eines Unternehmens so auszugestalten, dass es ökonomisch, ökologisch und sozial ausgewogen ist und damit dazu beiträgt, die Umwelt und die Mitarbeiter zu schützen und zugleich den Fortbestand des Unternehmens sicherzustellen.

Quelle: Vgl. Meffert (2014), S. 6 ff.

19 Video Marketing

Beim Video Marketing werden Werbeziele und Kommunikationsziele mit den Mitteln des Bewegtbilds umgesetzt. Dazu zählen Video Werbung, Image- und Produktfilme, Video PR sowie interaktive Videos und Live Videos.

Quelle: Vgl. online marketing-praxis (o.J.), online.

20 Voice Search Marketing

Unter Voice Marketing versteht man die Nutzung von Sprachassistenten und die Verwendung der Sprachsuche (Voice Search). Zentrales Eingabemedium ist die eigene Sprache, mit der das Internet, einzelne Websites und Apps durchsucht werden können.

Quelle: Vgl. unternehmer.de (2019), online.

Literatur

Gruenderszene (o.J.): Künstliche Intelligenz Definition, online:
https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/kuenstliche-intelligenz?interstitial_click,
abgerufen am 15. Oktober 2020.

Gruenderszene (o.J.): Suchmaschinen-Advertising (SEA) Definition, online:
<https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/suchmaschinen-advertising-sea>,
abgerufen am 15. Oktober 2020.

Gruenderszene (o.J.): Suchmaschinenoptimierung (SEO) Definition, online:
<https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/suchmaschinenoptimierung-seo>,
abgerufen am 15. Oktober 2020.

Kilian, Karsten (2016): Influencer Marketing, in: Absatzwirtschaft Nr. 5, S. 7.

Kilian, Karsten (2016): Content Marketing, in: Absatzwirtschaft Nr. 4, S. 7.

Kilian, Karsten (2018): Agilität, in: Absatzwirtschaft Nr. 12, S. 9.

Kilian, Karsten (2019): Purpose, in: Absatzwirtschaft Nr. 7/8, S. 6.

Kenning, Peter (2014): Sustainable Marketing-Definition und begriffliche Abgrenzung, in: Meffert, Heribert/ Kenning, Peter/ Kirchgeorg, Manfred (Hrsg.: Sustainable Marketing Management, Wiesbaden: Springer Gabler, S. 3-20.

Kroschke, Mirja (2018): Privatsphäre im Internet: Einflussfaktoren auf Individualebene und Implikationen für Unternehmen und Verbraucherschutz, in: Beiträge zur Verbraucherforschung, Düsseldorf: Verbraucherzentrale NRW, S. 182-190.

Literatur (Fortsetzung)

Markgraf, Daniel (o.J.): Definition: Podcast, online: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/podcast-53629>, abgerufen am 15. Oktober 2020.

Nidhi, Dave (2019): 42 Digital Marketing Trends You Can't Ignore in 2020, online: <https://www.singlegrain.com/digital-marketing/digital-marketing-trends-2020/>, abgerufen am 15. Oktober 2020.

Online marketing-praxis (o.J.): Definition Social Commerce, <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-commerce>, abgerufen am 15. Oktober 2020.

Online marketing-praxis (o.J.): Definition Social Media Marketing, online: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/social-media-marketing-smm>, abgerufen am 15. Oktober 2020.

Schmitt, Bernd (2018): Kundenerlebnisse managen: Der Customer Experience Ansatz, in: Langner, Tobias / Esch, Franz-Rudolf / Bruhn, Manfred (Hrsg.): Handbuch Techniken der Kommunikation, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler, S. 249-261.

Textbroker (o.J.): Data Driven Marketing, online: <https://www.textbroker.de/data-driven-marketing>, abgerufen am 15. Oktober 2020.

Trusted Shops (2020): Das sind die Marketing-Trends 2020, online: <https://www.marketing-boerse.de/news/details/2004-das-sind-die-marketing-trends-2020/163475>, abgerufen am 15. Oktober 2020.

Unternehmer.de (2019): Voice Marketing, online: <https://unternehmer.de/lexikon/online-marketing-lexikon/voice-marketing-2>, abgerufen am 15. Oktober 2020.

Die Studienergebnisse finden Sie unter

bit.ly/20marketingtrends