
Selligent Reconnect15 Adapt or die – Herausforderungen der digitalen Transformation

12.06.2015, 13:43 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Selligent GmbH*

Presseagentur: *dot.communications GmbH*

selligent

(c)Selligent

München, 12. Juni 2015. „Industrie 4.0 wird die digitale Transformation beschleunigen. Die Struktur der großen Unternehmen fördert das Entstehen einer Start-Up-Kultur, die mit einer wesentlich höheren Flexibilität auf Marktbedürfnisse reagieren kann.“ Jörg Blumtritt, Data Scientist & Geschäftsführer Datarella, stimmte als Startredner die rund 100 Teilnehmer der Reconnect 15 auf die aktuellen Diskussionen rund um das digitale Marketing der Zukunft und die Transformationsprozesse in den Unternehmen ein. „Short fuse, big bang: Retail ist ganz vorne mit dabei“, prophezeite der Datenspezialist in seiner Präsentation.

Selligent, der international agierende Software-Spezialist für Kampagnenmanagement, hatte unter dem Motto „Inspiring Digital Transformation“ zum zweiten Mal Marketingspezialisten aus Unternehmen und Agenturen nach München eingeladen. Vom „Nukleus im Multichannel Marketing“ bis hin zum „Hyper-Connected Consumer“ – in den Goldberg Studios präsentierten namhafte Branchenspezialisten ihre Erfahrungen und Prognosen zu den Herausforderungen, vor die die Digitalisierung die Unternehmen heute stellt. Eines der Hauptthemen war, wie sich Firmen gezielt auf die veränderten Marktstrukturen und das neue Consumer-Verhalten einstellen können.

Die Zeit drängt, denn: „Die Kunden werden den Nutzen der Transformation an den verbesserten Angeboten sofort erkennen“, erklärte Nick Worth, Chief Marketing Officer Selligent. Dabei sei nicht nur der Umfang, sondern vor allem auch die Geschwindigkeit der Anpassung entscheidend. „Big Player müssen ein Ökosystem um ihre Kunden herum aufbauen“, empfahl Markus von der Lühe, Geschäftsführer Freeformers. „Digitale Transformation ist immer auch eine kulturelle Frage, auf die kleine, flexible Unternehmen bereits eine Antwort gefunden haben.“

Auch Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer rabbit eMarketing, sieht Start-ups im Vorteil, deren Unternehmenskultur maßgeblich durch ein zukunftsgerichtetes digitales Mindset geprägt ist: „Wir haben kein Technologieproblem, sondern ein Denkproblem. Die Veränderungen großer Unternehmen hin zu digital ist unfassbar zäh, das wird auch von oben vorgelebt.“ Sabine Haase, Experte für Digitale Transformation sowie Female Leadership, sieht ebenfalls Probleme in der Anpassungsfähigkeit der Big Player: „Oft ist es nötig, einzelne Abteilungen zu atomisieren, um neue Impulse und Innovationen entstehen zu lassen.“ Nicht allen Unternehmen gelingt dies allerdings. Dann geschieht nach Erfahrung von André Schwämlein folgendes: „Große Unternehmen kaufen kleine, weil sie die Atomisierung intern nicht bewältigen können.“ Der Gründer und Geschäftsführer von MeinFernbus Flixbus präsentierte mit seinem Start-up ein Paradebeispiel für die gelungene Transformation eines etablierten Geschäftsfeldes. Schwämlein führt den Erfolg auf das Verständnis für die Bedürfnisse der Verbraucher und die überzeugende Qualität des Angebots zurück: „Das Image eines Unternehmens ändert sich nur durch die Produkterfahrung der Kunden.“

„Digitales Marketing erlebt derzeit eine überaus dynamische Entwicklung, die viele Unternehmen verunsichert“, so Dirk Thum, Country Manager DACH Selligent. „Mit der Reconnect15 wollen wir unseren Marktpartnern eine inspirierende Plattform bieten, die zu Diskussionen anregt und vielleicht sogar die ein oder andere Veränderung im digitalen Mindset anstößt.“

Portrait

Über Selligent

Selligent ist international eine der ersten Adressen für automatisiertes Marketing und betreut Unternehmen aus 19 Ländern in Europa und Amerika – von Mittelstand bis Global Player. Mit seiner Audience-Engagement-Plattform setzt Selligent Maßstäbe für über 450 führende Brands aus den Bereichen Einzelhandel, Finanzwesen, Verlagswesen, Tourismus und Automotive. Selligent unterstützt Marken beim Aufbau zielgerichteter und persönlicher Omnichannel-Kundendialoge via E-Mail, Websiteoptimierung, Social Media, Mobile und Customer Care.

Die Plattform bietet einen 360°-Blick auf die jeweilige Zielgruppe und ermöglicht durch Customer Journey Mapping ein optimales Audience Engagement für Bestands- und Neukunden.

Weitere Informationen auf www.selligent.de und auf dem Blog <http://www.selligent.com/de/blogs/>
Folgen Sie uns auf Twitter: <http://twitter.com/SelligentDE>

News-ID: 857604 • Views: 774 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/857604/Selligent-Reconnect15-Adapt-or-die-Herausforderungen-der-digitalen-Transformation.html>