



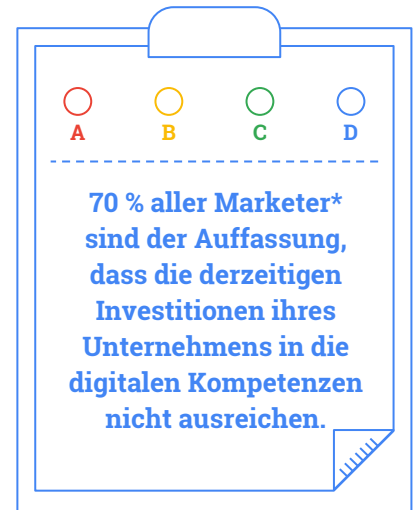
Talent Revolution

der Google Digital Academy

Eine der größten Herausforderungen im digitalen Marketing ist für Werbetreibende nach eigener Aussage, dass sie selbst „nicht wissen, was sie alles nicht wissen“.

Aus diesem Grund haben wir uns mit der Boston Consulting Group sowie dem IAB, dem IPA, der Marketing Academy, der ISBA, der Marketing Society, AVADO, dem BVDW, dem bevh, der dgfp, dem DDV, BrandMovers und dem IAB Schweden zusammengeschlossen. Gemeinsam helfen wir Unternehmen dabei, ein besseres Verständnis dafür zu entwickeln, wo sie in Sachen digitales Marketing stehen. Zudem bieten wir als Community die Möglichkeit zum vernetzten Austausch über die Entwicklung digitaler Fähigkeiten.

Das Ergebnis ist die **Talent-Revolution-Umfrage**: eine kostenlose, **bislang einzigartige globale Initiative**, die allen Unternehmen die Möglichkeit bietet, **ihr digitales Know-how mit den Best Practices zu vergleichen** und sich mithilfe eines einfachen Checks ihrer Marketingfähigkeiten mit der Branche als Ganzes zu messen.



*Talent-Revolution-Umfrage 2016

Machen Sie auch in 2017 mit !



Schnell, einfach und kostenlos

Die Teilnahme an der Umfrage dauert gerade einmal 15 Minuten. Sobald mindestens vier Personen aus Ihrem Unternehmen teilgenommen haben, erhalten Sie einen personalisierten Bericht, der direkt an Sie geschickt wird.



Anonym und sicher

Die Boston Consulting Group ist für die Durchführung verantwortlich und garantiert, dass alle individuellen Antworten und Unternehmensergebnisse absolut anonym behandelt werden und dass Ihre Daten jederzeit sicher sind.



Vergleichen Sie Ihre Fähigkeiten mit den Best Practices

Finden Sie heraus, was Sie schon wissen und wo Sie noch Lücken haben. Mit Hilfe unseres Index bestimmen Sie, in welchen Bereichen Sie noch digitale Kompetenzen aufbauen können.



Alle Marketing-Mitarbeiter können teilnehmen

Die Anzahl der teilnehmenden Personen ist nicht begrenzt und auch nicht auf Digitalexperten beschränkt. Je mehr Mitarbeiter teilnehmen, desto aussagekräftiger sind die Daten.

Sind Sie dabei?

Das freut uns! Sie können ganz einfach mitmachen. Teilen Sie uns mit, dass Ihr Name auf die Liste soll und dass Sie als einer der Ersten das überarbeitete Talent-Revolution-Tool, das ab Juli 2017 zur Verfügung stehen wird, nutzen möchten:

talentrevolution@google.com



Unsere Ergebnisse 2016

Global
Talent Revolution
Über 5.000 Marketer
126 Agenturen
141 Werbetreibende
41 Länder

DACH
Talent Revolution
Über 450 Marketer
26 Agenturen
31 Werbetreibende



Strategie und Planung

stimmen zu, dass ihre Customer Journey alle Online- und Offline-Touchpoints abdeckt

31%

34%



Digitales Targeting

geben an, dass ihr Unternehmen über alle digitalen Geräte und Plattformen hinweg ein einheitliches Kundenbild (Single Customer View) erhält

34%

39%



Digitaler Content

sind der Meinung, dass ihr Content für alle relevanten Geräte und Plattformen optimiert ist

42%

39%



Messgrößen und Messwerte

denken, dass ihre Marketing-Abteilung auch aus fehlgeschlagenen Tests lernt und dass die Erkenntnisse als Chance in der Organisation geteilt werden

32%

32%



Suche

stimmen zu, dass ihr Team bezahlte Suchergebnisse auf Basis bestimmter Kennzeichen, z. B. Gerät, Ort, Zeit und Re-Marketing, optimiert

48%

42%



Mobile

sind der Ansicht, dass ihre Mobile-Strategie auf einem klaren Verständnis der Rolle von Mobile als Teil der Customer Journey fußt

35%

31%



Video

geben an, dass ihre Marketing-Abteilung die Rolle von Video als Teil der Customer Journey voll und ganz versteht

56%

55%



Partner-Management

sind der Überzeugung, dass ihre Agenturen (Kreativ und Media) im digitalen Marketing führend sind

24%

28%

30% Media-Agenturen
25% Kreativagenturen



Enabler

stimmen zu, dass hochrangige Führungskräfte in ihrem Unternehmen betonen, wie wichtig die Weiterentwicklung des digitalen Marketings ist

66%

70%



Innovationskultur

geben an, dass hochrangige Führungskräfte in ihrem Unternehmen Ressourcen, Gelder und Raum für Marketing-Innovationen bereitstellen

37%

34%

Melden Sie sich zur Teilnahme an:

talentrevolution@google.com





Talent Revolution

der Google Digital Academy



Anhang – Signifikante Ergebnisse nach Märkten

- Agentur-Mitarbeiter in Deutschland sind von ihren Fähigkeiten im Suchmaschinenmarketing nicht besonders überzeugt (58,8 DCI-Score; DCI = Digital Capabilities Index, ein Score von 100 entspricht Best Practice), wohingegen Teilnehmer aus den Niederlanden ihre Fähigkeiten in diesem Bereich relativ hoch einstufen (88,1 DCI).
- Teilnehmer aus Deutschland sind auch von ihren Fähigkeiten im Mobile-Advertising nicht besonders überzeugt (52,0), hier zeigen sich Teilnehmer aus Südafrika am zuversichtlichsten (77,8 DCI).
- Hinsichtlich der Erstellung digitaler Inhalte stufen Teilnehmer aus den Niederlanden und Deutschland ihre Fähigkeiten in etwa gleich ein (60,2 und 61,6 DCI-Score), während Teilnehmer aus Schweden pessimistischer sind (57,8).
- Insgesamt sind die Teilnehmer aus Deutschland am pessimistischsten, was die Fähigkeiten im digitalen Marketing betrifft (Gesamtscore von 61). Von den Ländern mit mindestens zehn Teilnehmern erzielt Südafrika mit einem Gesamtscore von 76 das beste Ergebnis.
- Im Hinblick auf das Partner-Management schneidet Italien besonders schlecht ab (32,2 DCI), denn der Abstand zum Markt mit dem zweitniedrigsten Score (Dänemark mit 44,9 DCI) ist eklatant. Finnland hingegen sticht mit einem Score von 58,9 am anderen Ende der Skala hervor.



Anhang – Signifikante Ergebnisse insgesamt

- 21,9 % wissen nicht, ob ihr Unternehmen Offline-Konzepte in Online-Kanälen vortestet, und 56 % geben an, dass das bei ihnen nie gemacht wird.
- Weniger als die Hälfte (48,7 %) sind der Ansicht, dass ihre Kunden Video-Inhalte auf Geräte und Plattformen abstimmen.
- Weniger als die Hälfte (47,1 %) sind der Ansicht, dass die Apps ihrer Kunden eine eindeutige Funktion bzw. einen eindeutigen Zweck haben. 26,5 % wissen nicht, ob das der Fall ist.
- 41,6 % sind nicht der Auffassung, dass die Customer Journeys ihrer Kunden alle Online- und Offline-Touchpoints abdecken.

talentrevolution@google.com

