

14 Fakten dazu, was CMOs von Agenturen wünschen

Der programmatische Wandel verlangt nach einem neuen Modell, wie Marken sowohl mit Agenturen als auch mit Technologiepartnern zusammenarbeiten. Für unsere Umfrage haben wir mit mehr als 70 CMOs und Markenentscheidern gesprochen und entdeckt, worauf es Vermarktern in ihren Geschäftsbeziehungen wirklich ankommt. Nachfolgend sehen Sie einige Auszüge. Um den vollständigen Bericht mit allen Ergebnissen und Empfehlungen für Marken und Agenturen zur Optimierung ihrer Partnerschaft herunterzuladen, [klicken Sie hier](#).

Zielgruppeneinblicke und bewährte Methoden bei der Zielgruppenoptimierung

59,38 %

Die geeignetsten Partner an einen Tisch bringen

25 %

Eigeninitiative und Aktivierung von Daten

54,69 %



In welchen Bereichen war Ihre Agentur bei der Vermittlung Ihrer Marke besonders nützlich?

Ja, aber sie haben nur Zugriff auf einen Teil meiner Daten

34,85 %

Ja, meine Agentur hat Zugriff auf eine Plattform, die alle eigenen Daten aktiviert

27,27 %



Ist Ihre Agentur in der Lage, Ihre eigenen Daten auf sichere Weise channelübergreifend zu nutzen und zu aktivieren?

1,52 %

Nein, aber ich möchte, dass sie beginnen, alle meine Daten zu nutzen und darauf zurückzugreifen

25,86 %

Ja, aber ich möchte meine eigenen Daten wieder selbst kontrollieren

10,61 %

Nein, aber ich möchte, dass sie beginnen, einige meiner Daten zu verwalten und darauf zurückzugreifen

Abgleich zwischen den Kampagnen- und den Geschäftszielen

Eine Beziehung, die auf umfassender Transparenz beruht

Eine gegenseitige Ergänzung, die neue Ideen, konstruktives Feedback und offene Kommunikation ermöglicht.

26,69 %

30,3 %

Rangfolge erstellen, welche Faktoren hervorragenden Agenturservice für Sie ausmachen – von wichtig bis weniger wichtig

20 %

16,92 %

3,03 %

1,52 %

Partnerschaft eingehen, um basierend auf meinen Bedürfnissen die besten Werbe- und Marketingtechnologien zu finden und zu nutzen

Management aller Technologieplattformen und Zusammenarbeit

Einführung der branchenweit besten Technologieplattformen für kollektive Strategie/ Conversion

Was CMOs bei Agenturen am meisten schätzen

