Reception Marketing Disruption

Dank dem Content Catalog die Potenziale von Big Data & AI für das eigene Marketing nutzen

Was haben …

Die Schweizer Berghilfe

Stiftung zur Verbesserung der Lebensbedingungen im Schweizer Berggebiet

Prof. Philip Kotler

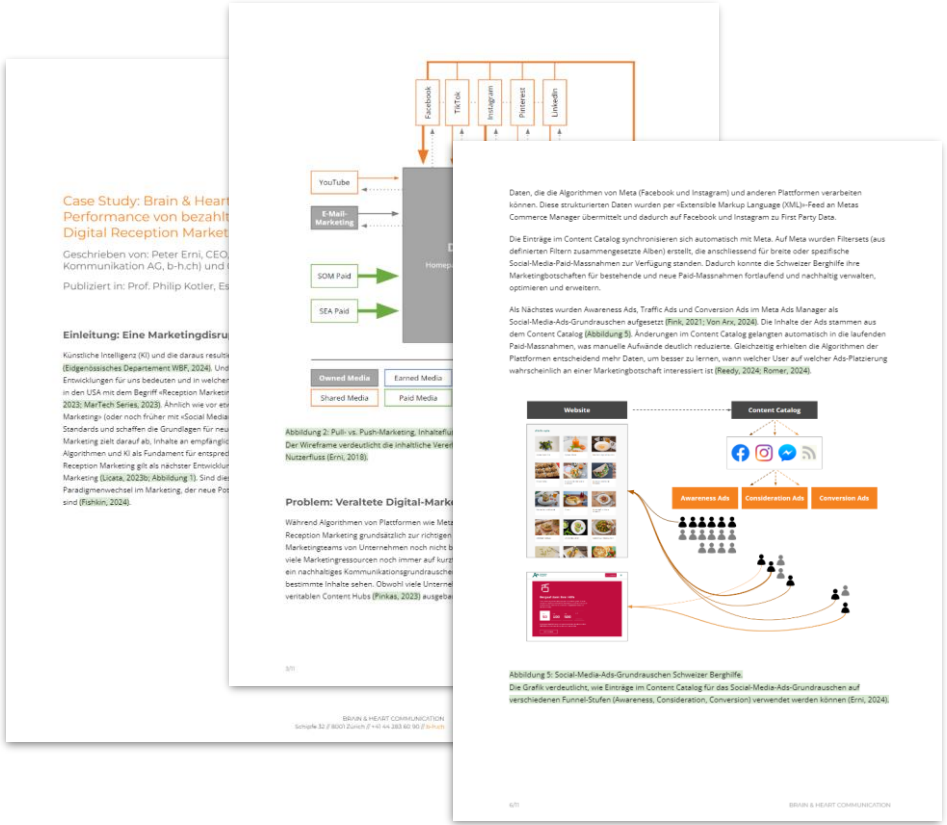
Begründer der modernen Marketinglehre

… gemeinsam?

Case Study
Prof. Philip Kotler:
Wie kam es dazu?

Wir wurden von **Kotler Impact** kontaktiert und angefragt, ob wir eine Case Study publizieren möchten. **Aber wieso?**

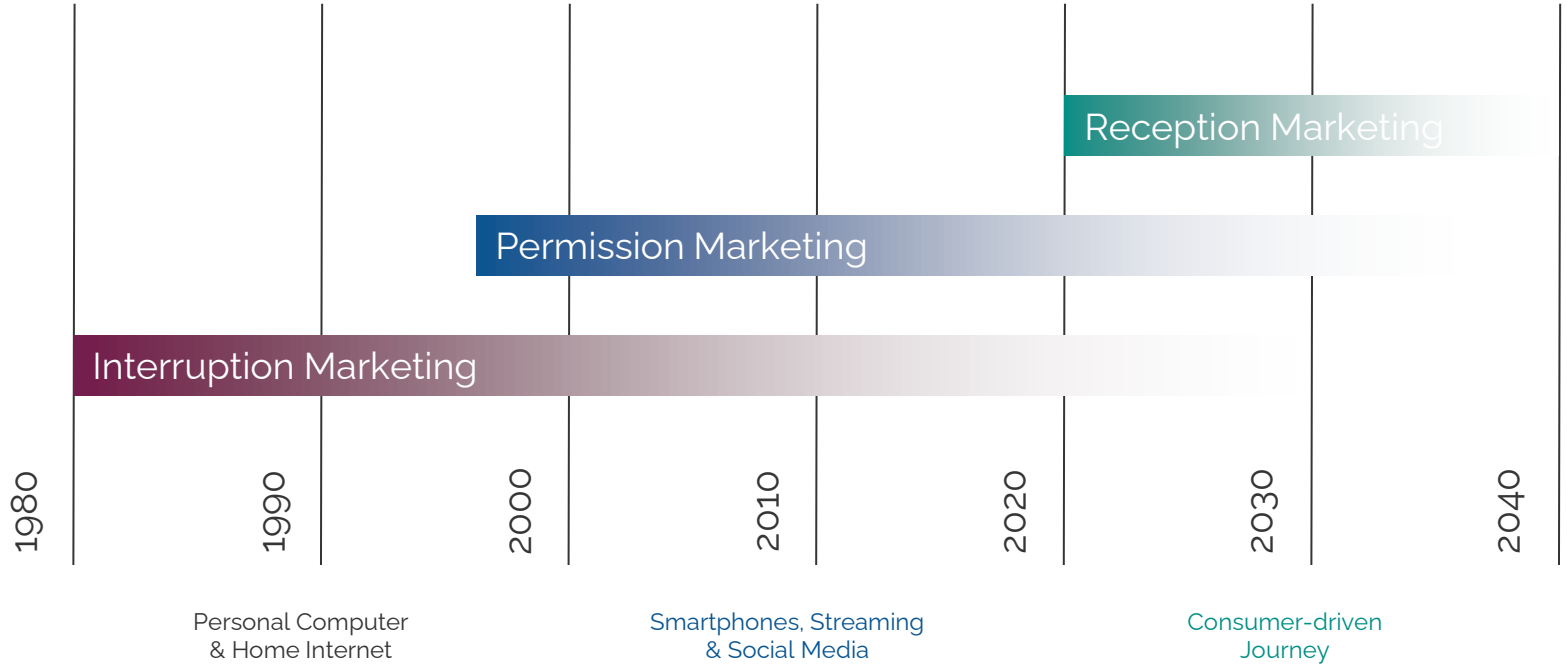
- **Thought Leader** zum Thema Reception Marketing
- Auf diese Herausforderung zugeschnittene, **erste Lösungsansätze**
- **Effektive Kunden** und abgeschlossene Projekte



Aber was ist eigentlich **Reception Marketing**?

Big Data, Algorithmen & AI

Brands übermitteln Botschaften **dann und dort**, wo User für diese **empfänglich** sind.



Was haben wir also beigetragen?

“Wir haben bewiesen, dass Digitales **Push-Marketing** mit den Denkansätzen des **Reception Marketings** funktioniert.”

Reception Marketing: Push-Marketing für Berghilfe

Eigens entwickelten Software “**Content Catalog**”.

Berghilfe relevante **Marketingbotschaften**

Aufbereiten, **anreichern** und in **Varianten** bereitstellen: Text, Bild, Video, Tonalität, Sprache usw.

Daten so aufbereitet, dass diese **Plug & Play** z.B. an Facebook und Instagram geliefert werden können

Diese **Algorithmen lernen**, wann welcher **User**, wo für welche Inhalte **empfänglich** ist

Zahlen, die diesen neuen Marketingansatz belegen

Awareness
Costs per 1000 impressions

CPM CHF 0.46

Benchmark CHF 5.-

Consideration
Cost per click

CPC CHF 0.06

Benchmark CHF 0.6

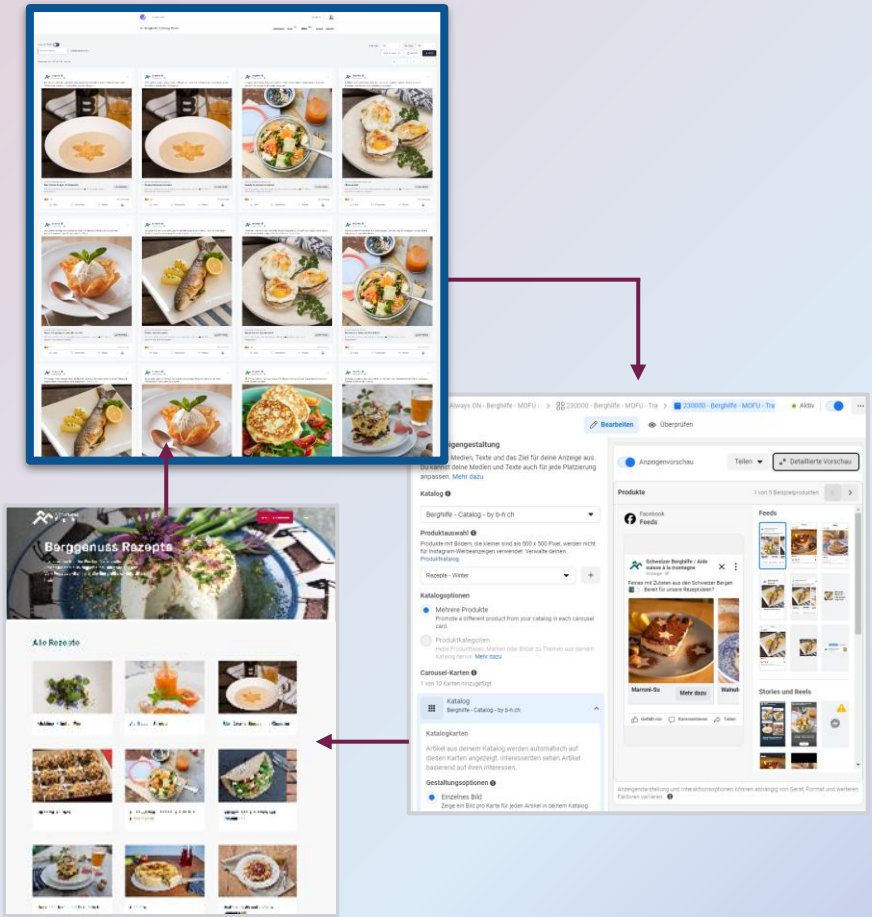
Neue und jüngere Spender:innen

Conversion
Spenden via Online

x2

Content Catalog ermöglicht Reception Marketing

- **Faktor 2-5x**
  Reduktion Aufwand bei der Kreation.
- **Nachhaltig**
  Alle Inhalte zentral verwalten, mit weiteren Daten anreichern und zusätzliche Varianten erstellen.
- **Faktor 5-10x**
  tiefere Preise pro Resultat durch Full Funnel Social Media Performance Content Catalog Ads.



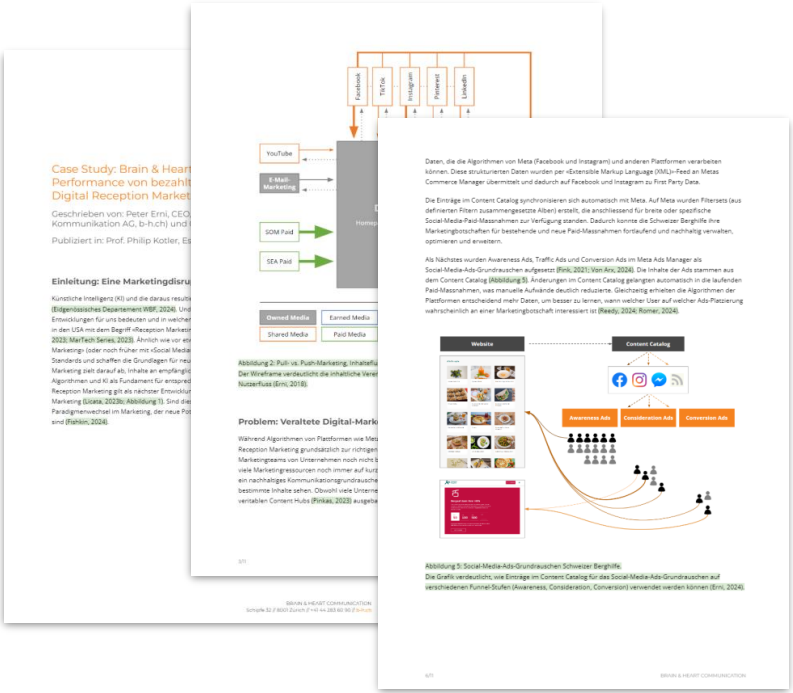
Wie es **Prof. Ethan Mollick** treffend auf LinkedIn formuliert hat:

“I have said it before, but marketers need to think about how to **advertise directly TO the LLMs.**”

Oder wie wir es sagen würden:

“In einer Welt, in der **Algorithmen** dank **AI** User in ihrer **User Journey** identifizieren können, müssen wir **Marketing neu denken**.”

Give Away:
Case Study
Prof. Philip Kotler



Case Study hier kostenlos beziehen:

Case Study DE

Case Study EN

Die Fallstudie belegt eine deutliche Steigerung der Onlinekampagnen durch Reception-Marketing und die Schweizer Martech-Software "Content Catalog". Die Agentur Brain & Heart Communication zeigt darin, wie der "Content Catalog" das Marketing der Schweizer Berghilfe revolutionierte: Mit **Big Data** und **AI** wurden die **Online-Spenden verdoppelt** und die **Effizienz** der Brand Awareness Ads **verzehnfacht**.

Die erfolgreiche Nutzung der Martech-Software "Content Catalog" wird in **Prof. Philip Kotlers neuem Buch "Essentials of Modern Marketing"** publiziert, das im **November 2024** veröffentlicht wird.

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Julith Group AG

Schipfe 32, 8001 Zürich
team@contentcatalog.app, +41 77 284 42 12
contentcatalog.io

Brain & Heart Communication AG
Schipfe 32, 8001 Zürich
Schweiz

Brain & Heart Communication GmbH
Lederergasse 27 / Etage 1, 2700 Wiener Neustadt
Österreich

+41 77 284 42 12, b-h.ch, contact@b-h.ch