

Schweiz: Digital Marketer of the Year 2017

And the Winner is ...

Ein Satz auf den das Hollywood-Kino Jahr für Jahr voller Spannung wartet und dann mit den begehrten Oskars der Filmbranche Ruhm und Ehre verteilt.

Nicht weniger spannend wenn auch weniger glamourös präsentierte sich am 22.02.2017 im Züricher Volkshaus die Verleihung der Awards Digital Marketer of the Year 2017, organisiert durch die IAB Switzerland Association.

Zu den Nominierten gehörten Audi, Mercedes, Siroop AG, Raiffeisen Schweiz und Saas-Fee. Damit standen in diesem Jahr internationale renommierte Automobil-Konzerne, eine erfolgreiche Bankengruppe, Siroop als Digital-Online-Shop-Verbund und die Feriendestination Saas-Fee als potentielle Preisträger für den Digital Marketer of the Year Award zur Wahl. Allein die Auswahl zeigt schon, dass auch kleinere Player wie die Tourismusregion Saas-Fee/Saastal durchaus mit grossen international agierenden Playern in einem Boot mitschwimmen kann.

Um so überraschender das Ergebnis.

Der Award Digital Marketer of the Year 2017 geht an Saas-Fee.

In der Nominierung heisst es bereits, dass Saas-Fee im Jahr 2016 mit Europas grösster Crowdfunding-Aktion über 90'000 Saison-Skipässe verkaufen konnten und unter Nutzung der Smart-Marketing-Engine zum Innovationstreiber der digitalen Transformation in der Destination Saas-Fee/Saastal aufgestiegen ist.

Geistiger Vater und Initiator der Smart Marketing Engine ist Beat Ambord, der auch in der Umsetzung der digitalen Transformation im Saastal federführend voranschreitet. Neben seiner Rolle als Verwaltungsrat in der Saastal Marketing AG ist Beat Ambord der führende Kopf und Initiator und Leiter der Smart-Marketing-Engine als wesentliches Element der digitalen Vermarktung einer ganzen touristischen Region. Und auch in Sachen Projektfinanzierung stieg der erfolgreiche Vermarkter und Vordenker der digitalen Transformation gemeinsam mit einem renommierten Finanzierungspartner voll in das Erfolgskonzept ein. Gemeinsam mit der Saastal Marketing AG (SMAG) und der Saastal Bergbahnen AG konnte so ein Projekt erfolgreich umgesetzt werden, das beispielhaft für viele Tourismusregionen in der Schweiz, Europa und weltweit sein kann, aber auch ein hohes Nutzungspotential für viele andere Branchen bietet. Mit der Smart Marketing Engine hat Beat Ambord gemeinsam mit seinen Partnern ein System der digitalen Transformation geschaffen, das so vorbildhaft auf die gesamte Branche wirkt. Zugute dabei kamen ihm starke Netzwerkpartnerschaften, die bereits in der Vergangenheit gezeigt haben, welches Potential in der digitalen Transformation steckt. Weltweit von Beat Ambord realisierte Projekte gaben die Sicherheit, dass auch die digitale Vermarktung touristischer Angebote und ganzer Destinationen möglich ist. In der gemeinsamen Umsetzung der digitalen Transformation auf der Grundlage der Smart Marketing Engine haben die SMAG und die Bergbahnen AG gezeigt, wie digitale Transformation im Verbund mit über 700 Leistungsträgern in der Region erfolgreich funktionieren kann.

Die Freude über den Gewinn des Digital Marketer of the Year Awards 2017 dürfte deshalb bei Beat Ambord genauso gross sein wie bei den Verantwortlichen und Mitstreitern der SMAG und der Bergbahnen AG. Dabei war das Projekt kein Selbstläufer. Über ein Jahr intensiver Vorleistungen und letztlich das grosse Engagement in der Umsetzung brachten letztlich den Erfolg. Und der konnte sowohl termingerecht als auch unter Beachtung des vorhandenen Budgets erreicht werden. Im Gegensatz zu vielen anderen vergleichbaren Projekten anderer Mitbewerber wurden hier Terminüberschreitungen genauso vermieden wie etwa das ungezügelte Überschreiten im Projektverlauf festgelegter Budgets. Auch das ist so weder selbstverständlich noch gewöhnlich.

Als wichtiges Element des Erfolges betrachtet Beat Ambord auch die fachliche Befähigung der beteiligten Projektpartner. Mit der speziell zu diesem Zweck aufgebauten Academy hat Beat Ambord einen wichtigen Beitrag dazu geleistet, dass alle in die digitale Transformation eingebundenen Partner und Leistungsträger die Möglichkeit hatten, sich mit der Materie der digitalen Transformation vertraut zu machen und die passenden Lösungskonzepte zu entwickeln. Keine leichte Aufgabe wenn man bedenkt, dass allein über 700 Leistungsträger in der Region für das Projekt geschult und angeleitet werden wollten.

Dabei kamen die Konkurrenten nicht weniger gut aufgestellt zur Preisverleihung.

Audi beispielsweise entwickelt die digitale DNS für die Schweiz und stellte die Digitalisierung des Kaufprozesses ebenso in den Mittelpunkt der digitalen Transformation wie die Schaffung von innovativen Touchpoints für den Audi-Fahrer von heute und in der Zukunft.

Mercedes baut mit einem entsprechend hohen Budget eine interaktive Community auf und schafft dadurch sichere Verbindungen zwischen Consumer und Marke. Apps wie „Urban.Hunt.“ steigern das Produkt- und Markenerlebnis. Darüber hinaus versucht Mercedes Schweiz die digitalen Kanäle deutlich attraktiver für das Marketing zu gestalten und so immer mehr Interessenten und Kunden auch digital zu erreichen. Mit „Mercedes me“ bis ins Fahrzeug hinein. Eine grossartige internationale Resonanz erfährt Mercedes auch durch die Aktion „Build (cars) global, communicate local.“

Die Siroop AG präsentierte sich als nominiertes Unternehmen vor allem in der Zusammenführung von unzähligen Online Shops unter ein digitales Dach. Damit können die Möglichkeiten der digitalen Transformation für alle Teilnehmer attraktiv gebündelt werden und führen für den Käufer im Online Shop letztlich zu einem stark verbesserten Käuferlebnis. Die Zusammenführung digitaler Kompetenzen sorgt für höhere Reichweiten im Marketing, verbessert die Consumer Journey, erhöht die Performance und letztlich das Ergebnis der beteiligten Shop-Betreiber. Dafür bietet Siroop nicht nur das digitale Umfeld mit der passenden Plattform, sondern auch innovative Unterstützung in der Zusammenführung digitaler Aktivitäten.

Nicht zuletzt war es die Raiffeisen Schweiz Bankengruppe, die sich als Nominierter für den Digital Marketer of the Year Award der IAB bewarb. Die altbekannte Marketingformel der Raiffeisen Bank „Wir machen den Weg frei“ gilt auch für die digitale Transformation. Mit Lokalhelden.ch hat Raiffeisen Schweiz ein Instrument für Finanzierungshilfen typischer Zielgruppen geschaffen und digital platziert. Darüber hinaus schafft Raiffeisen Schweiz neue Partnerschaften als Schlüssel zum Erfolg.

Die Wahl von Saas-Fee zum Digital Marketer of the Year 2017 und damit auch die Auszeichnung der Smart Marketing Engine ordnet sich für Beat Ambord ein in eine exklusive Reihe erfolgreicher Projekte ein, die teils mit internationaler Wirkung die Kompetenz und Leistungskraft von Beat Ambord als erfolgreichem Marketer unterstreichen. Der Award Digital Marketer of the Year 2017 ist ein weiterer Meilenstein in der Erfolgsgeschichte und zeigt, wie Beat Ambord die digitale Transformation versteht, konzipiert, weiterentwickelt, begleitet und erfolgreich durchsetzt.

Newsletter

Wie sich eine Touristikregion gegen Global-Player durchsetzt

Liebe Newsletter-Abonnenten, Geschäftsfreunde, Partner und Interessenten,

mit der Verleihung des Digital Marketer of the Year Award 2017 an die Tourismusregion Saas-Fee/Saastal ist der Beweis erbracht, dass sich auch eher regional aufgestellte Leistungsträger gegen die ganz grossen Global Player durchsetzen können.

Neben Saas-Fee standen in der direkten Konkurrenz für den Award solche Unternehmen wie Audi, Mercedes, Raiffeisen Schweiz oder Siroop. Dass die Ferienregion Saas-Fee mit einem revolutionären digitalen Vermarktungskonzept als Preisträger ausgewählt wurde ist nicht zuletzt das Verdienst des geistigen Vaters, Initiators und fachlichen Begleiters Beat Ambord.

Mit der Smart Marketing Engine hat Beat Ambord in Zusammenarbeit mit seinen Partner ein tragfähiges Konzept zur digitalen Transformation entwickelt, dass den Erfolg einer ganzen touristischen Region bestimmt. Mit über einem Jahr Entwicklungszeit und letztlich der termin- und budgetgerechten Umsetzung wurde so eine Erfolgsgeschichte geschrieben, die auch in der Verleihung des Digital Marketer of the Year Awards 2017 ihren Ausdruck findet.

Der Vater der Smart Marketing Engine Beat Ambord ist dabei nicht nur Initiator, sondern auch Entwickler, Begleiter und Spezialist für die Umsetzung der digitalen Transformation im Saastal.

Lesen Sie im Beitrag, wie die digitale Transformation einer touristischen Region gelingt und sich dabei gegen international agierende Global Player durchsetzt.

Herzlichst

Beat Ambord

P.S. Wenn auch Sie mit Ihrem Unternehmen von der preisgekrönten Arbeit der F1rst GmbH mit mir an der Spitze profitieren wollen, nehmen Sie doch einfach Kontakt zu mir auf.

## Facebook Post

Den Schweizer Oskar der digitalen Transformation hat die Ferienregion Saas-Fee/Saastal mit dem Digital Marketer of the Year Award 2017 gewonnen. Als Vater und Begleiter des Erfolgs gilt Beat Ambord, der mit der Smart Marketing Engine die Grundlage für die erfolgreiche digitale Transformation geschaffen hat. Mehr dazu im Beitrag.