

Medienmitteilung. Smart Business Day 2020. **Namics.**

A Merkle Company

Medienmitteilung Namics – A Merkle Company

Smart Business Day 2020: Data-driven Transformation

Drei Vormittage, drei Schwerpunkte, ein virtuelles Event

- Die Themen: Von Data-driven Marketing über Leadership zu Business Innovation
- Danone, Siemens, AMAG und viele mehr gaben Einblicke in Erfolgsgeschichten sowie Herausforderungen bei der Umsetzung
- Einen Blick in die Zukunft warfen der bekannte Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeshwar und Prof. Dr. Heike Bruch von der Universität St. Gallen
- Rund 160 Teilnehmer*innen an drei Tagen

Zürich / Frankfurt, 30. Oktober 2020

Gestern ging der elfte Smart Business Day der Fullservice-Digitalagentur [Namics – A Merkle Company](#) zu Ende – in diesem Jahr rein digital und über drei Tage verteilt. Unter dem Motto “Data-driven Transformation” standen vom 27. - 29. Oktober die Themen Data-driven Marketing, Leadership und Business Innovation im Fokus. Referent*innen internationaler Unternehmen und der Wissenschaft (Danone, Siemens, AMAG Group, dentsu, Universität St. Gallen) sprachen über den gewinnbringenden Einsatz von Daten, modernes Leadership im agilen Umfeld sowie neue digitale Geschäftsmodelle. Den Abschlussvortrag hielt Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeshwar, der einen Blick in die digitale Zukunft warf.

Das [Symposium](#) fand in diesem aussergewöhnlichen Jahr zum ersten Mal rein virtuell statt. Per Live-Stream wurden die Referent*innen zugeschaltet. Die Übertragung mit Moderator Tim Dührkoop erfolgte live aus einem Studio im Thurgau und erreichte rund 160 Teilnehmer*innen aus der Schweiz und Deutschland. Diese konnten während der Vorträge im Chat interagieren, ihre Fragen an die Sprecher*innen richten oder das virtuelle Networking im direkten Austausch untereinander nutzen. Der Smart Business Day zählt zu den wichtigsten Informationsplattformen rund um den digitalen Wandel in der Schweiz und findet seit 2009 jährlich statt.

Tim Dührkoop, Gastgeber des Smart Business Day und Client Service Director, Namics – A Merkle Company:

“In diesem Jahr haben wir uns selber digital transformiert – statt Aperó im GDI Networking per Chat. Umso mehr freue ich mich, auf einen erfolgreichen virtuellen Smart Business Day zurückblicken zu können. Die Begeisterung und Expertise der Sprecherinnen und Sprecher, die spannenden Insights rund um die digitale Transformation und der rege Austausch mit den Gästen haben auch digital sehr gut funktioniert.”

Smart Business Day 2020:

Von der Customer Journey heutiger Kunden bis zu Emils Welt im Jahr 2100

Den Anfang am ersten Tag zum Schwerpunkt “Data-driven Marketing” machte [Anastasia Roumelioti](#) (Head of Digital Centre of Excellence, Danone Specialised Nutrition UKIR). Sie gab einen Einblick, wie Danone mit gestiegenen Kundenerwartungen umgeht, welche Rolle Daten und Technologie dabei spielen und welche Ergebnisse das Unternehmen in zwei Jahren seit der digitalen Transformation erzielen konnte. Anschliessend erklärte [Azlan Raj](#) (Chief Marketing Officer, EMEA – CXM LOB, dentsu), wie Marketer eine vollständige und bedeutsame Customer Experience schaffen – und dabei sowohl die sichtbare wie auch die unsichtbare Kundenerfahrung berücksichtigen. Sein Credo: “Die kleinen Dinge zählen”.

Medienmitteilung. Smart Business Day 2020. Namics.

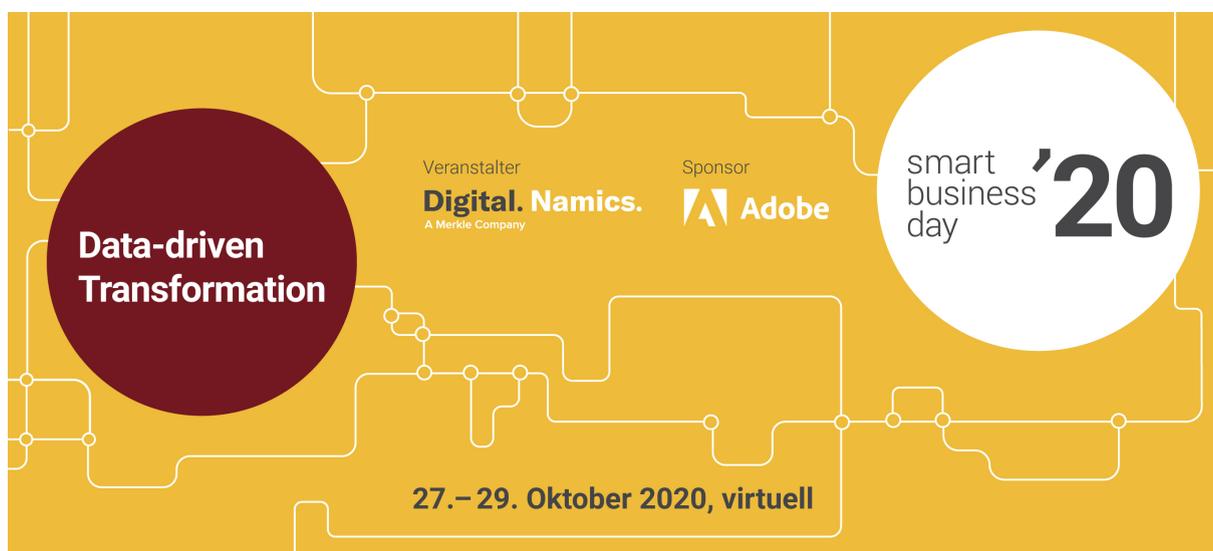
A Merkle Company

Der zweite Tag stand ganz unter dem Motto “**Leadership**”. [Clarissa Haller](#) (Head of Group Communications, Siemens) eröffnete die Vortrag-Streams und zeigte auf, wie moderne Führung aussieht. Erfolgsfaktoren für Führungspersonen sind längst nicht mehr die Dauer der Betriebszugehörigkeit und das grösste Fachwissen. Gefragt sind vielmehr frischer Wind, Mut und das Vertrauen in die eigenen Mitarbeiter*innen. [Michael Rottmann](#) (Account Director, Namics – A Merkle Company) erklärte im Anschluss, wie Daten heute zum Erfolgsfaktor in der internen und externen Kommunikation eines Leaders werden und wie Führungskräfte jede*n Mitarbeiter*in erreichen – von den zögerlichen Zauderern bis hin zu den jungen Innovator*innen. “Geben Sie Daten eine Chance, aber beurteilen Sie kritisch”, appellierte er. Abschliessend erläuterte [Prof. Dr. Heike Bruch](#) (Direktorin des Instituts für Führung und Personalmanagement, Universität St. Gallen), warum eine echte New Work- und Leadership-Transformation dringend nötig ist. “New Work braucht Unbossing”, betonte sie, klärte über Mythen der New Work Transformation auf und zeigte wichtige Schritte zur echten Transformation.

Der dritte und letzte Tag beschäftigte sich mit dem Thema “**Business Innovation**”. [Philipp Wetzel](#) (Managing Director AMAG Innovation & Venture LAB, AMAG Group) sprach in seinem Vortrag über die Transformation der Mobilität und wie AMAG mithilfe des Innovation & Venture LAB neue Erkenntnisse gewinnt sowie innovative Geschäftsmodelle entwickelt. Zum Abschluss des Smart Business Day warf Wissenschaftsjournalist und Physiker [Ranga Yogeshwar](#) den Blick auf globale Innovationen und in die Zukunft seines Enkels: Wie wird Emils Welt aussehen? “Alles was nervt, wird digitalisierbar umgesetzt”, zeigte er etwa am Beispiel von Supermarktkassen. Bei allen bahnbrechenden technischen Entwicklungen, die durch Daten unterfüttert werden, sollte die Diskussion um Ethik und Grenzen aber nicht vergessen werden, so Yogeshwar.

Die Aufzeichnungen aller Vorträge stehen Ihnen im Laufe der kommenden Woche unter folgendem Link zur Verfügung: <https://namics.com/en/smart-business-day-2020>.

Bildmaterial:



Medienmitteilung. Smart Business Day 2020. **Namics.**

A Merkle Company



Tim Dührkoop, Gastgeber des Smart Business Day und Client Service Director, Namics – A Merkle Company. (Quelle: Namics)

Über Namics – A Merkle Company

[Namics](#) schafft Gewinner im digitalen Wandel. Als mehrfach ausgezeichnete Digitalspezialist verfolgt Namics die Mission, Kunden ganzheitlich in ihrer digitalen Transformation zu begleiten: Von der Vision zur Realität – dank langjähriger Expertise in strategischer Beratung, innovativen Konzepten, kreativer Arbeit und technologischer Umsetzung aus einer Hand. Das Unternehmen wurde 1995 in St.Gallen gegründet und ist seit 2018 Teil von [Merkle](#) und damit des [Dentsu Aegis Network](#).

An den Standorten in St.Gallen, Zürich, Frankfurt, München, Hamburg und Belgrad betreuen rund 550 Mitarbeitende u.a. folgende Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen: ADAC, Boehringer Ingelheim, Bucherer, Daimler AG, DriveNow, Hansgrohe, Hoval, Jelmoli, Kaufland, KUKA, Medela, Migros, Siemens, Swiss Life, UBS und Victorinox.

About Merkle

Merkle is a leading data-driven, technology-enabled, global performance marketing agency that specialises in the delivery of unique, personalised customer experiences across platforms and devices. For more than 30 years, Fortune 1000 companies and leading nonprofit organizations have partnered with Merkle to maximise the value of their customer portfolios. The agency's heritage in data, technology, and analytics forms the foundation for its unmatched skills in understanding consumer insights that drive people-based marketing strategies. Its combined strengths in performance media, customer experience, customer relationship management, loyalty, and enterprise marketing technology drive improved marketing results and competitive advantage. With 9,000+ employees, Merkle is headquartered in Columbia, Maryland, with 21 additional offices in the US and 29 offices in EMEA and APAC. In 2016, the agency joined the Dentsu Aegis Network. For more information, contact Merkle at 1-877-9-Merkle or visit www.merkleinc.com.

Medienkontakt:

Sabrina Schöttler
Corporate Communication Manager
Tel: +49 (89) 64913 68-40 / +49 151 527 028 39
E-Mail: medien@namics.com