

WEBINAR

MARTECH TRENDS 2023



MARKETING TECH LAB



censhare



facelift



MARMIND



Patrick Moser
Managing Director,
MARMIND

Moderation



Ralf Strauss
Managing Partner,
Marketing TechLab GmbH

Speaker



Esther Donatz
CEO,
censhare

Speaker



Daniel Oliver Augsten
CEO,
facelift/ quintly by facelift

Speaker

DEUS EX
MACHINA

MarTech Trends 2022-2023

2023

Marmind Trend Webinar

 AdHash

 bloomreach

 Uptempo

dun&bradstreet

KANTAR

 MARMIND

 TEALIUM

CUSTOMER EXCELLENCE
MARKETING | VERTRIEB | SERVICE

DIE CMO COMMUNITY

DIGITAL CMO COMMUNITY

DIE CMO ACADEMY

absatzwirtschaft

HORIZONT

Marketing Tech Monitor 2022 - wichtigste Themenfelder

Die Anzahl an MarTech-Anwendungen wächst mit über 20% p.a.

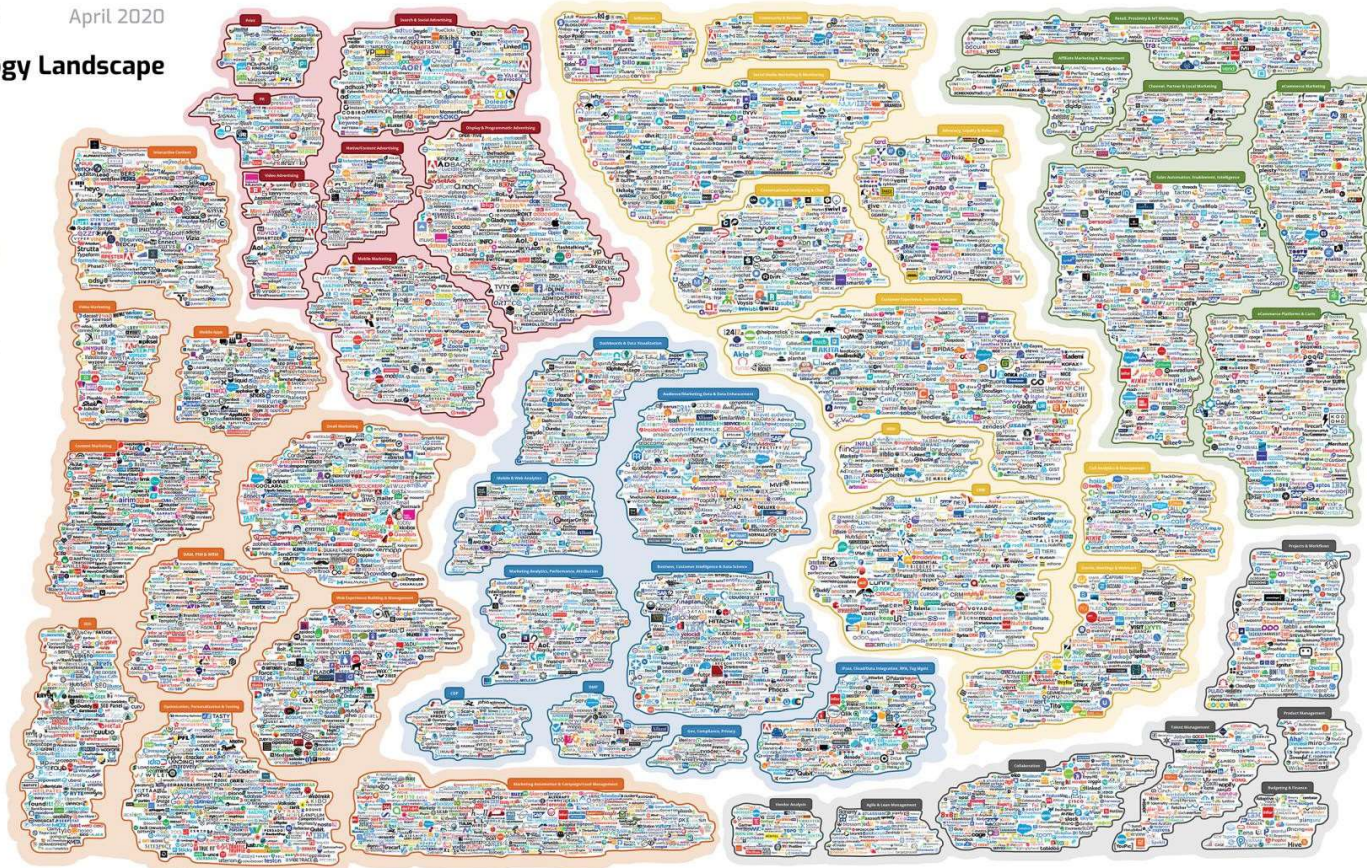


April 2020

Marketing Technology Landscape The Martech 5000

Total Solutions	8.000
Advertising & Promotion	922
Content & Experience	1.936
Social & Relationships	1.969
Commerce & Sales	1.314
Data	1.258
Management	601

Access all the data of this landscape & more at martech5000.com



Copyright © 2020 Marketing Technology Media, LLC. See <https://chiefmartec.com/2020/04/marketing-technology-landscape-2020-martech-5000/> for details and sources.

Produced by Scott Brinker (@chiefmartec) and Blue Green Brands (@bluegreenbrands).

Quelle: Marketing Tech Monitor 2022; Frans Riemersma, Scott Brinker

MarTech Trends 2022-2023 Marmind | Ralf Strauß

Den Status Quo in DACH erheben wir seit 2019 regelmäßig im Rahmen des *Marketing Tech Monitors*



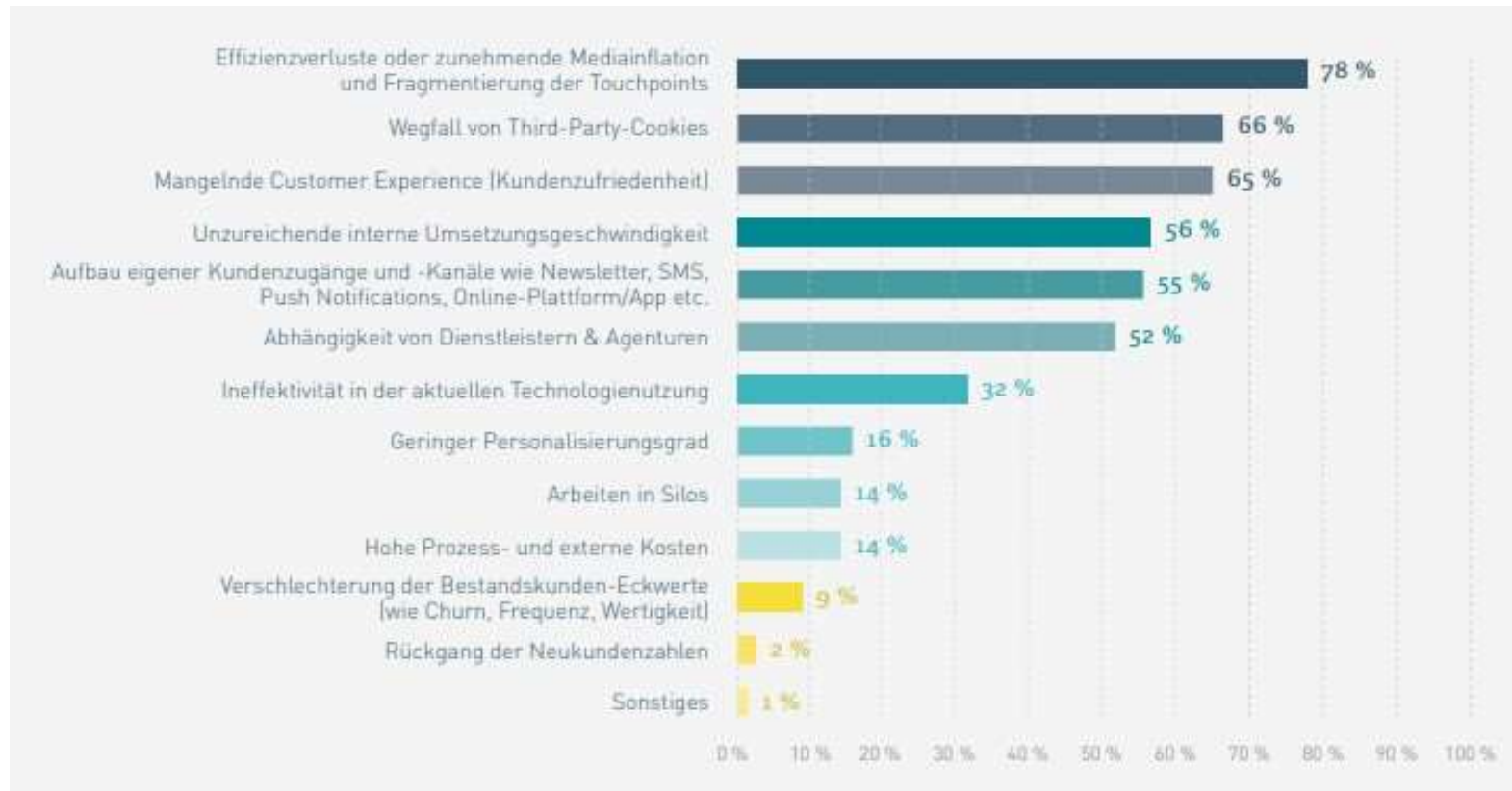
Zur Komplexität: es geht im Kern darum, ein Orchester über 10 Ebenen zusammen zu bringen ...



Quelle: Marketing Tech Monitor 2022

MarTech Trends 2022-2023 Marmind | Ralf Strauß

Mediainflation und Wegfall der 3rd Party Cookies sowie Customer Experience treiben die Entwicklung

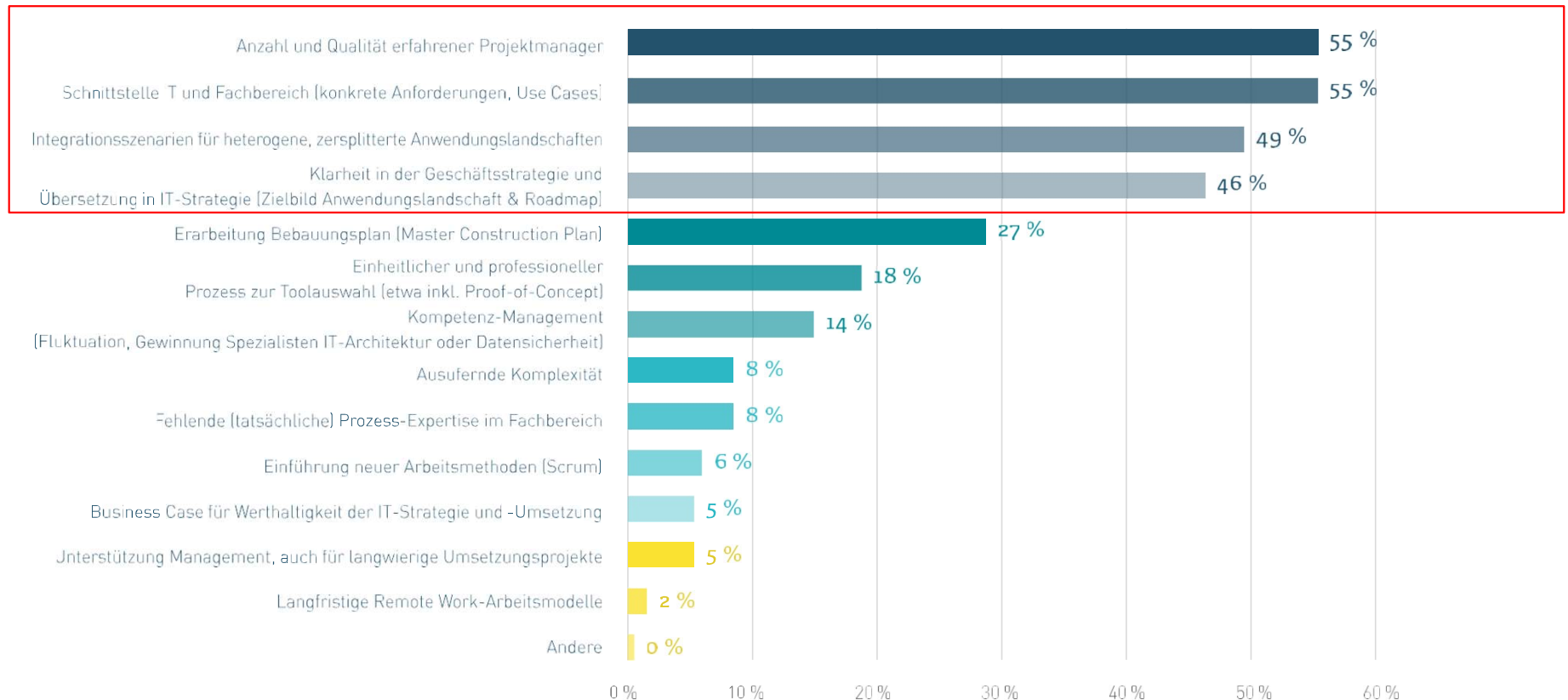


Quelle: Marketing Tech Monitor 2022

Treiber der Marketingtechnologie und Daten-Strategie (in%, n=295)

MarTech Trends 2022-2023 Marmind | Ralf Strauß

Most needed: erfahrene Projektmanager und methodisches Handwerkszeug



Quelle: Marketing Tech Monitor 2022

Herausforderungen in der Umsetzung der IT-Strategie in den nächsten 2-3 Jahren (in%, n=295)

Die Auswahl und Implementierung von Marketing Tech darf nicht in klassische Fallen laufen

Eh-Da-
Anwendung



..... „haben wir
bereits lizenziert“

Pferderennen



..... oberer
Quadrant eines
Analysten

Hundeliebe



..... nach kurzer
Demo

Politisch
motiviert



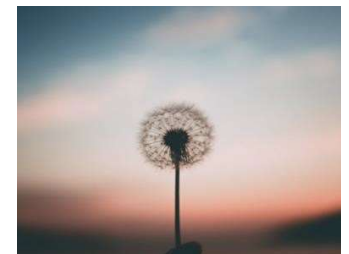
..... „da kann man
ja nichts falsch
machen“

Schaufenster-
bummel



..... Aussuchen
nach Label ...
„mal schauen,
was es hier so
alles gibt“

Prinzip
Hoffnung



..... „das wird
noch“



2023 and beyond ... Wohin geht die Reise?

Nur bei 1% ist die MarTech-Landschaft vorausschauend optimiert, vs. 47% rein dokumentiert



Quelle: Marketing Tech Monitor 2022

MarTech Trends 2022-2023 Marmind | Ralf Strauß

The more mature, the more best of breed

Die Herausforderung liegt meist im „Un-Learning“



Quelle: Marketing Tech Monitor 2022; March, J.G.; Olsen, J.P.: Ambiguity and Choice in Organisations, Bergen 1976; Neck, C.P.; Manz, C.C.: From Groupthink to Teamthink: Toward the Creation of Constructive Thought Patterns in Self-Managing Work Teams, in: Human Relations, Vol. 47 (1994), N. 8, S. 929 – 952; Nonaka, I.; Takeuchi, H.: The knowledge-creating company, in: Harvard Business Review, 85. Jg. (2007), Nr. 7/8, S. 162; Daft, R.; Huber, G.: How organizations learn: a communication framework, in: Ditomasi, N.; Bacharach, S. (Hrsg.): Research in the Sociology of Organisations, Greenwich 1987, S. 1-36.

Was passiert (absehbar) in 2023?

- Make Change happen!
- Konsolidierung des Wildwuchses von Plattformen – Master Construction Pläne
- ID-Management wird überlebenswichtig
- Loyalty is back
- Data Science bekommt weiterhin Rückenwind
- Customer Journey Analyse / Mining als Grundlage für Planung & Steuerung
- Prozessintegration ... the power is in the process ...

Dieser Prozess kann über eine globale Benchmarking-Datenbank erleichtert werden

1. Martech Benchmark

Which applications are in use (Good-/Best Practices within an industry such as Retail)?



Global Martech stack database

- 650+ real-life marketing stacks
- 650+ company backgrounds (country, revenue, staff).
- 226 features across 50 categories indexed
- Across 10 industries
- 5 Capability Maturity Model levels - Carnegie Mellon Uni.

2. Martech Map

Which provider offers solutions within a specific scenario (long-lists)?



Global Martech vendor database

- 10.000 global Martech solutions
- 10.000 vendor background (country, revenue, staff).
- 4.000 European Martech solutions (HQ)

3. Martech Requirements

Which IT applications best cover specific requirements (heatmaps)?

#	Solution name				Totals	Average closer to 0 is a closer match
1	HubSpot	16	2	2	27	0.00
2	Adobe Campaign Standard - AJO	15	9	2	26	0.33
3	SharpSpring	15	11	2	28	0.04
4	Marketo	15	12	2	29	0.17
5	Salesforce Marketing Cloud	14	11	2	27	0.19
6	Creatio	14	12	0	26	0.09
7	Freshworks	14	8	2	24	0.07
8	ActiveCampaign	13	10	1	24	0.37
9	Acoustic	13	11	2	26	0.37
10	Selligent	13	11	2	26	0.37
11	Act-On	12	11	1	24	0.19
12	Eloqua	12	10	1	23	0.04
13	Pega	11	6	1	18	0.30
14	MS Dynamics 365	10	6	2	18	0.48
15	Salesforce Pardot	10	12	2	24	0.33
16	ClickDimensions	10	9	1	20	0.19
17	Drip	8	10	2	20	0.56
18	Keap	8	10	1	19	0.56

Global Martech requirements database

- 16 Martech categories
- 4.079 requirements
- 369 marketing use cases
- 414 ROI benchmarks

Contact



Dr. Ralf E. Strauß

Managing Partner

Marketing Tech Lab GmbH,

Sierichstraße 8, 22301 Hamburg



ralf.strauss@marketingtechlab.de



Phone +49 (0)40 2805 8206

Mobil +49 (0)152 5313 1690