



Link: <https://www.cio.de/a/mehr-it-erfordert-intensivere-zusammenarbeit,3250880>

Video: Kollaboration von CMO und CIO

Mehr IT erfordert intensivere Zusammenarbeit

Datum: 24.11.2015

Neue Technologien wie Big Data bedeuten für das Marketing in Sachen Kundenorientierung einen Quantensprung. Doch wie sollen Daten und Tools genutzt werden? Welche Rolle spielen CMO und CIO dabei? In unserem Debate Video beziehen zwei Vertreter dieser Management-Positionen aus dem Automotive-Sektor Stellung.

Das Marketing gilt seit jeher als wichtige Schnittstelle zwischen Unternehmen und ihren Kunden. Verändert hat sich in den vergangenen Jahren vor allem die Rolle der IT, die immer mehr zum Schlüssel für das Marketing wird, um im "Age of the customer" mithilfe innovativer Technologien mehr Kundennähe herzustellen.

Wie nah das eigene Unternehmen bereits am Kunden ist und was zu tun ist, um noch mehr Kundennähe zu erreichen - darüber sind CIO und CMO nicht immer einer Meinung. Beispiele dafür sind Themen wie Raw Data und Big Data, die Zusammenarbeit zwischen Business und IT und - vor allem in Hightech-Branchen - auch die Rolle von Technologien und Innovation für den eigenen Geschäftserfolg.

Zwischen technischer Machbarkeit und wirtschaftlicher Notwendigkeit

In den Diskussionen rund um diese Themen bewegen sich CMO und CIO im Spannungsfeld zwischen technischer Machbarkeit sowie wirtschaftlichen und sicherheitsrelevanten Notwendigkeiten. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen wie: Welche Bedeutung haben Rohdaten für Unternehmen? Welchen Nutzen bringt Big Data? Was kann Realtime Analytics leisten, aber auch, welche Rolle spielt die IT bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen? Und nicht zuletzt: Wie muss die Zusammenarbeit zwischen Marketing und IT, zwischen CMO und CIO mit Blickrichtung auf das Ziel "mehr Kundennähe", aussehen?

Über den Nutzen von Big Data, Rohdaten und Real Time Analytics

Wir haben zwei etablierte Vertreter dieser Management-Positionen aus der Hightech-Branche Automotive nach den konkreten Gegebenheiten in ihren jeweiligen Unternehmen befragt: Elisabeth Hoeflich, CIO beim Reifenhersteller Continental, und Christian Stein, in seiner Funktion als Head of Global Marketing Communication (bis Sept 2015) beim Automobilhersteller SEAT. In unserem Debate Video legen Sie ihre jeweiligen Positionen zum Einsatz von Rohdaten, zum Nutzen von Big Data und Real Time Analytics dar und erläutern, wie IT und Marketing in ihrem Unternehmen zusammenarbeiten.