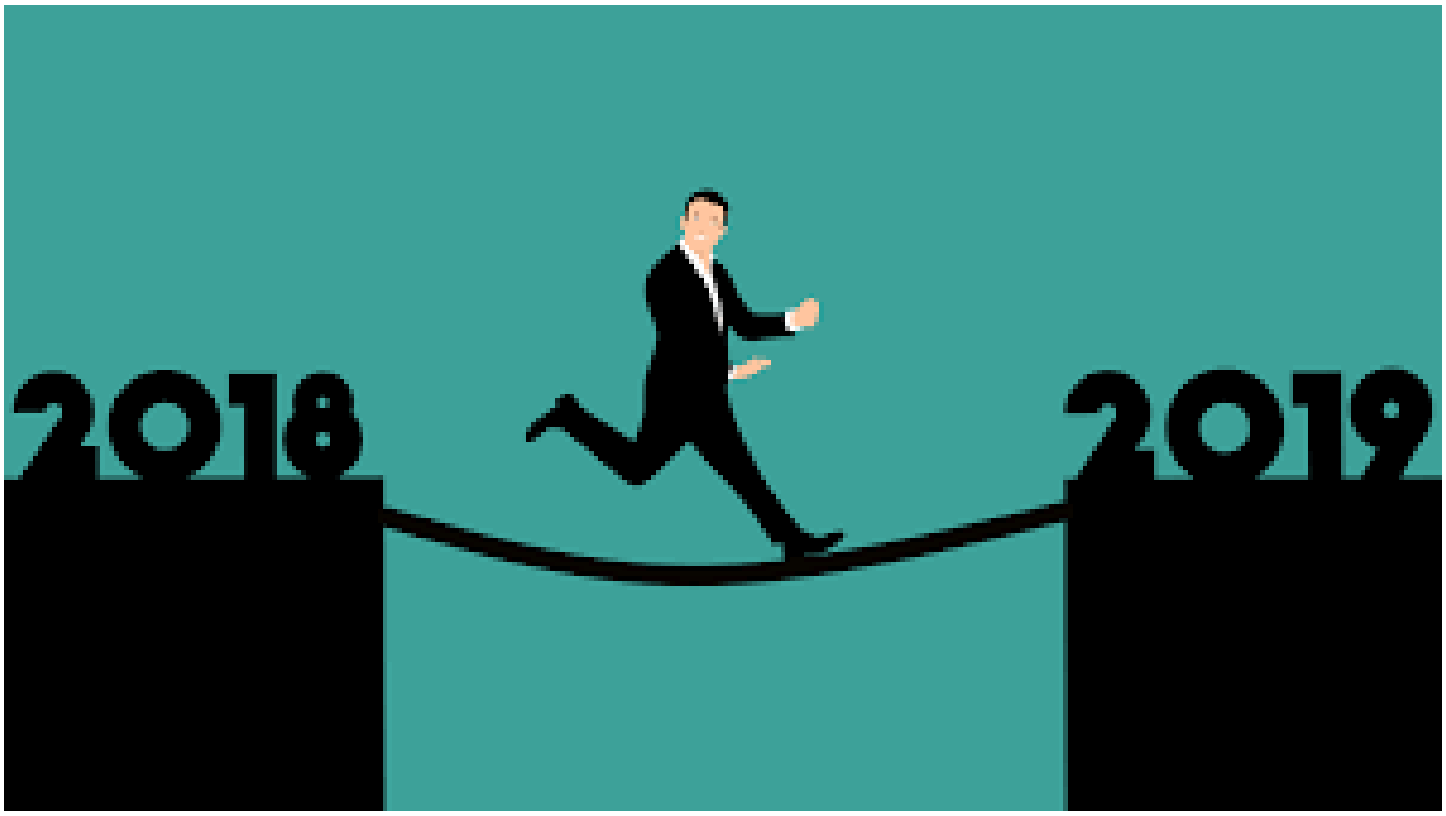
De speerpunten voor 2019

13-12-2018 09:22



De vijf ontwikkelingen die men ziet als belangrijk voor 2019 zijn:

1: Samenwerking
Op een gedeelde eerste plaats zetten ceo’s dit jaar samenwerking. Het belang van samenwerking is daarmee de afgelopen jaren sterk gegroeid. Samenwerking scoorde eerder een vijfde (2017) en vierde (2018) plaats.

2: Data
Data staat al sinds de eerste editie in de top-3. In 2019 bereikt dit ontwikkelgebied voor het eerst de (gedeeld) eerste positie. Onder de paraplu van data gaan verschillende ontwikkelingen schuil.

3. Content
Jarenlang stond content op nummer-1, maar het belang neemt sinds 2016 af, hoewel het nog steeds door veel ceo's wordt genoemd en daarom een plek 3 verdient.

4. Crossmedia
Onder crossmedia als ontwikkelgebied schaar ik alle investeringen in nieuwe kanalen om de consument te bereiken.

5. Klantbeleving
Klantbeleving staat voor het eerst in de top5 en betreft uitsluitend consumenten (niet adverteerders). Het werd al jaren genoemd door CEO’s, maar kwam nooit verder op het lijstje dan een negende plaats.

De CEO's benoemde ook een aantal uitdagingen:

- Mensen: De grootste uitdaging voor mediabedrijven is het werven en behouden van de juiste mensen.
- Structuur: De organisatiestructuur houdt verandering tegen. 'We moeten wendbaarder worden.' Een aantal keer wordt de governancestructuur genoemd.
- Cultuur: De cultuur in de organisatie kan op verschillende manieren een uitdaging vormen.
- Distributie: De uitdaging hoe je de consument blijft bereiken.
- Technologie: 'De transformatie van onze sector gaat over de as van de technologie. Technologie is daarmee de bottleneck' stelt een ceo.
- Business model: ceo's uiten hun zorgen over de potentie van digitale inkomsten

Lees het hele artikel bij Adformatie