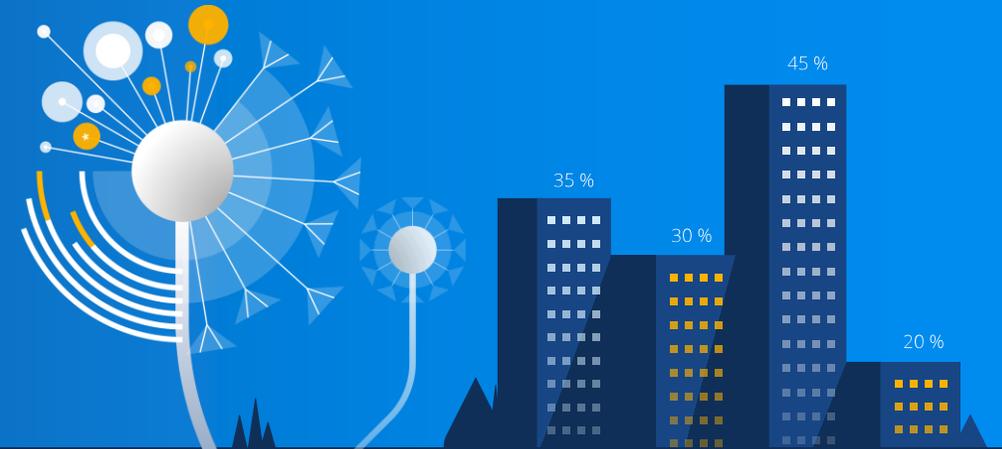


# BEST CASE: SLACK

**Alles aus einer Hand:** Von der Content-Erstellung  
bis zur Leadgenerierung





---

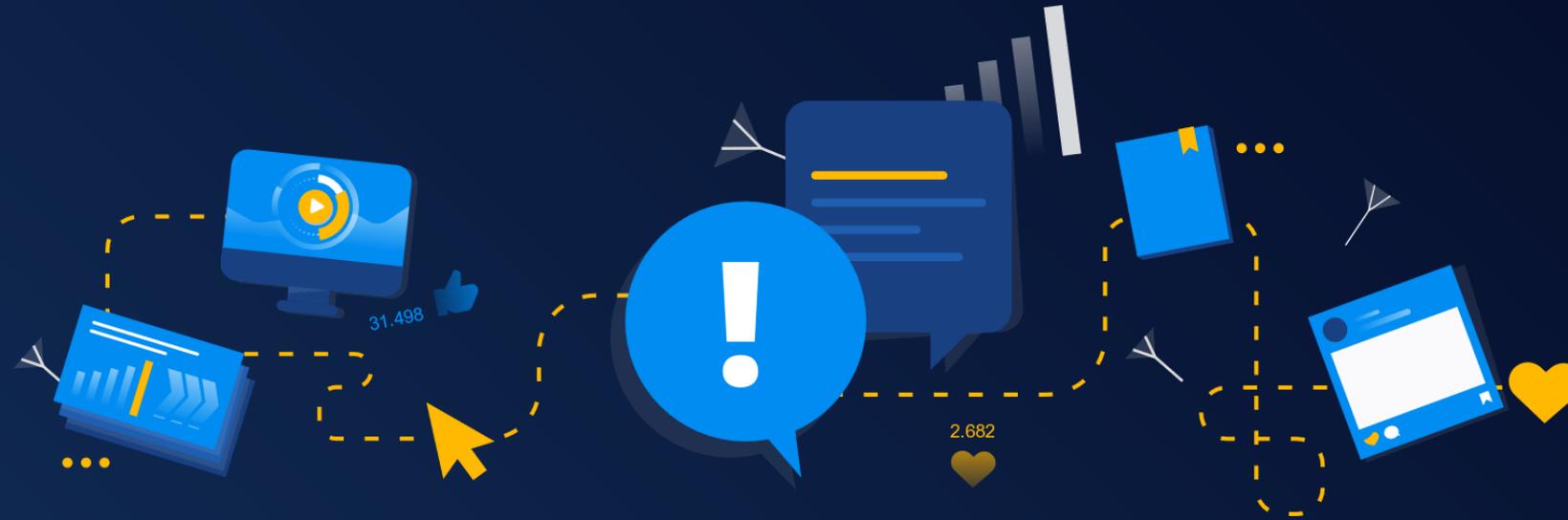
# ZUSAMMENARBEIT & ZIELSETZUNG



SLACK BEST CASE

# DIE ZUSAMMENARBEIT

statista  
Content & Design



**Der Auftrag:** primäre Datenerhebung zu Präferenzen von Büromitarbeitern in Deutschland hinsichtlich Arbeitsmodellen, Unternehmenskultur und Technologie



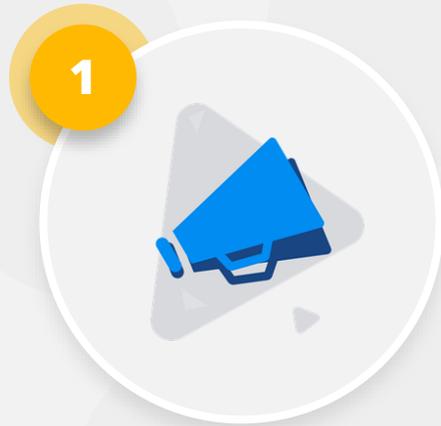
**Das Ergebnis:** Aus einem Thema wurden vier Content-Pieces innerhalb kürzester Zeit: [Studie](#), [Webinar](#), [Infografik](#) & [interaktive Microsite](#)



**Slack schöpft unser Angebot voll aus:** Von der primären Datenerhebung über die Erstellung von Content-Pieces bis hin zur Leadgenerierung



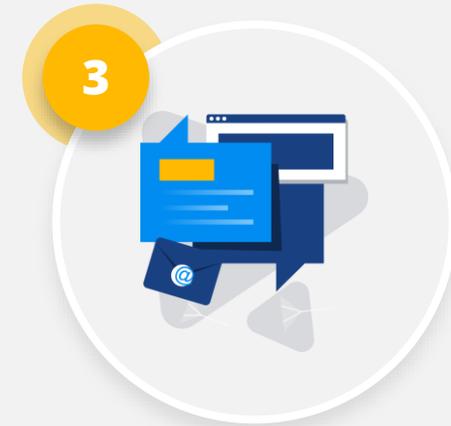
**MIT DEN CONTENT FORMATEN SOLLTEN  
FOLGENDE ZIELE ERREICHT WERDEN:**



**Steigerung der  
Markenbekanntheit + Aufbau  
von Reichweite und Awareness**



**Leadgenerierung**



**Positionierung als Thought  
Leader für die erfolgreiche  
Zusammenarbeit von überall**

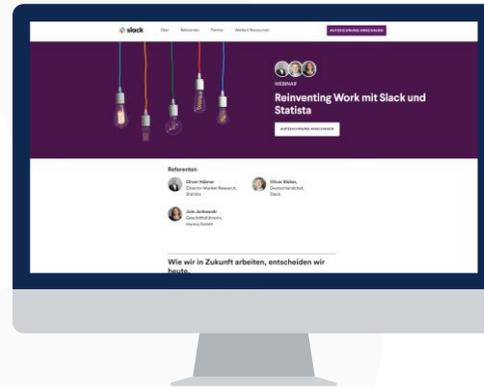
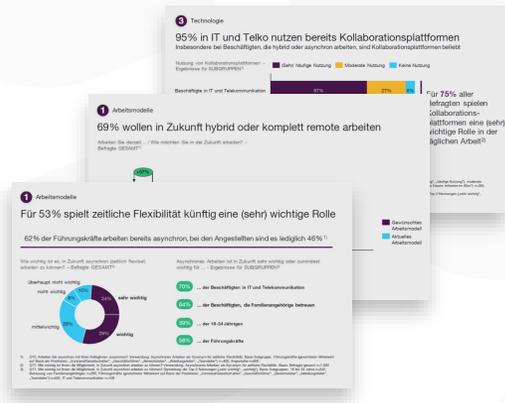


SLACK BEST CASE

# 360° KOMMUNIKATION

Slack schöpft unser Angebot voll aus: Von der primären Datenerhebung über die Erstellung von Content- Pieces bis hin zur Leadgenerierung

## + LEADGENERIERUNG VON MARKETING-QUALIFIED-LEADS



1

**STUDIE**

2

**WEBINAR**

3

**INFOGRAFIK**

4

**MICROSITE**



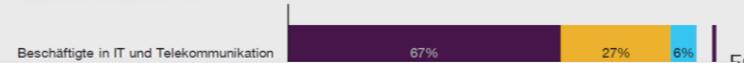
- > Primäre Datenerhebung zu Präferenzen von Büromitarbeitern in Deutschland hinsichtlich Arbeitsmodellen, Unternehmenskultur und Technologie.
- > **Das Ziel:** Trends der neuen Arbeitswelt zu identifizieren und zu untersuchen, wie diese die Zusammenarbeit beeinflussen
- > **Methode und Stichprobe:** Online-Befragung von 1.000 berufstätige Personen in Deutschland in Voll-oder Teilzeit, zwischen 18 und 65 Jahren, die einen Computer täglich nutzen

3 Technologie

95% in IT und Telko nutzen bereits Kollaborationsplattformen

Inbesondere bei Beschäftigten, die hybrid oder asynchron arbeiten, sind Kollaborationsplattformen beliebt

Nutzung von Kollaborationsplattformen - Ergebnisse für SUBGRUPPEN<sup>1)</sup>



Beschäftigte in IT und Telekommunikation

Für 75% aller Befragten spielen Kollaborationsplattformen eine (sehr) wichtige Rolle in der täglichen Arbeit<sup>2)</sup>

1 Arbeitsmodelle

69% wollen in Zukunft hybrid oder komplett remote arbeiten

Arbeiten Sie derzeit... / Wie möchten Sie in der Zukunft arbeiten? - Befragte GESAMT<sup>1)</sup>



1 Arbeitsmodelle

Für 53% spielt zeitliche Flexibilität künftig eine (sehr) wichtige Rolle

62% der Führungskräfte arbeiten bereits asynchron, bei den Angestellten sind es lediglich 46%<sup>1)</sup>

Wie wichtig ist es, in Zukunft asynchron (zeitlich flexibel) arbeiten zu können? - Befragte GESAMT<sup>2)</sup>



Asynchrones Arbeiten ist in Zukunft sehr wichtig oder zumindest wichtig für ... - Ergebnisse für SUBGRUPPEN<sup>3)</sup>



1) Q15: Arbeiten Sie asynchron mit Ihren KollegInnen zusammen? Verwendung: Asynchrones Arbeiten als Synonym für zeitliche Flexibilität. Basis Subgruppe: Führungskräfte (gewichteter Mittelwert auf Basis der Positionen: „Vorstand/Gesellschafter“, „Geschäftsführer“, „Bereichsleiter“, „Abteilungsleiter“, „Teamleiter“) n=400, Angestellte n=600  
 2) Q17: Wie wichtig ist Ihnen die Möglichkeit, in Zukunft asynchron arbeiten zu können? Verwendung: Asynchrones Arbeiten als Synonym für zeitliche Flexibilität. Basis: Befragte gesamt n=1.000  
 3) Q17: Wie wichtig ist Ihnen die Möglichkeit, in Zukunft asynchron arbeiten zu können? Darstellung der Top 2 Nennungen („sehr wichtig“, „wichtig“). Basis Subgruppen: 18 bis 34 Jahre n=242, Betreuung von Familienangehörigen n=295, Führungskräfte (gewichteter Mittelwert auf Basis der Positionen: „Vorstand/Gesellschafter“, „Geschäftsführer“, „Bereichsleiter“, „Abteilungsleiter“, „Teamleiter“) n=400, IT und Telekommunikation n=108

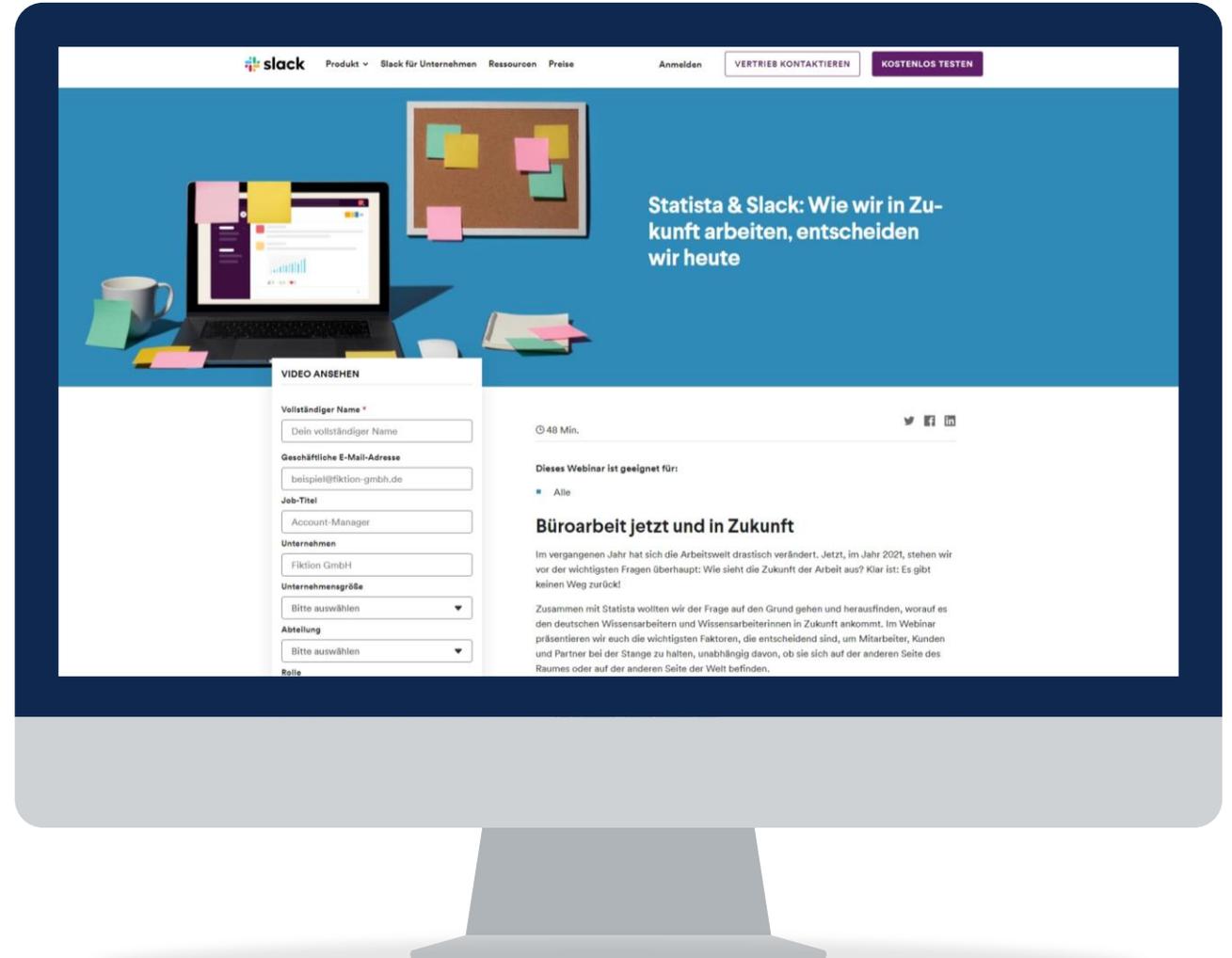
■ Gewünschtes Arbeitsmodell  
■ Aktuelles Arbeitsmodell



SLACK BEST CASE

## 2: WEBINAR

- > Die Ergebnisse der Studie „**Reinventing Work**“ wurden für ein Webinar aufbereitet und den Slack Kunden und Partnern vorgetragen
- > Zu finden unter [reinventingworkwithslackandstatista.splashthat.com](https://reinventingworkwithslackandstatista.splashthat.com)

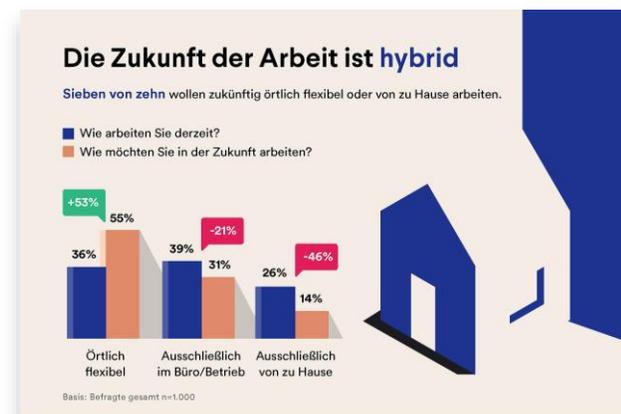
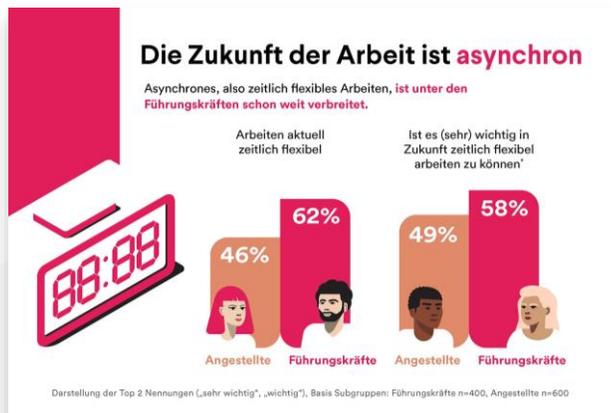




SLACK BEST CASE

# 3: INFOGRAFIK

- Basiert auf den Studienergebnissen und steht zum Download auf der interaktiven Microsite zur Verfügung
- Infografik wird als Asset eingesetzt, um Leads zu generieren



Wie wir in Zukunft arbeiten (wollen), entscheiden wir heute.

#### Status Quo in deutschen Büros

Deutsche Büroangestellte ...

- 39%** arbeiten momentan im Büro/Betrieb
- 52%** arbeiten zeitlich flexibel und bewerten es positiv
- 83%** bewerten es positiv
- ...verbringen 43 Min pro Tag mit dem Wechsel zwischen Programmen

#### Und wie sieht es in Zukunft aus?

#### Die Zukunft der Arbeit ist hybrid

Sieben von zehn wollen zukünftig örtlich flexibel oder von zu Hause arbeiten.

#### Die Zukunft der Arbeit ist asynchron

Asynchrones, also zeitlich flexibles Arbeiten, ist unter den Führungskräften schon weit verbreitet.

Gruppe	Arbeiten aktuell zeitlich flexibel	Ist es (sehr) wichtig in Zukunft zeitlich flexibel arbeiten zu können*
Angestellte	46%	49%
Führungskräfte	62%	58%

#### Die Zukunft der Arbeit ist effizient

14 % der Angestellten verbringen täglich über 80 Minuten mit dem Wechsel zwischen Programmen. Im Durchschnitt sind es 43 Minuten pro Tag.

Dabei wünschen sich bereits **69%** eine Plattform, die Zugriff auf alle Informationen ihrer Software-Anwendungen liefert.

#### Die Zukunft der Arbeit ist vernetzt

Telefon und Mail werden weiterhin am häufigsten genutzt. Knapp 80 % setzen aber bereits auf Kollaborationsplattformen.

#### Warum?

- Positiver Einfluss\* von Kollaborationsplattformen auf ...
- Arbeitszufriedenheit: **66%** Klares Arbeitsziel
- Arbeitseffizienz: **68%** Relevante Kommunikation
- Entscheidungsprozesse: **64%** Vollständige Informationen

\* Darstellung der Top 2 Nennungen („sehr positiv“, „positiv“), Basis: Befragte, die Kollaborationsplattformen nutzen n=788

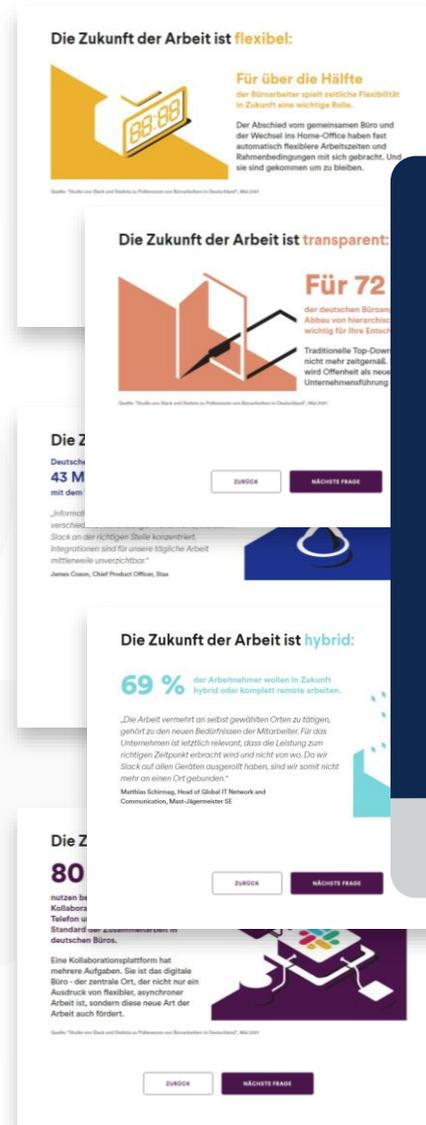
Die Pandemie hat die meisten Bürosangestellten ihrer Arbeit gezwungen, mehr Arbeitsergebnisse auszuliefern. Doch zum größten Teil spielen wir noch immer Büro vor dem Computer und haben die Transformation unserer Arbeit hin zu einer flexiblen, transparenten und gemessenen Arbeitsweise noch nicht vollzogen.

Erfahren Sie mehr über die Zukunft der Arbeit in unserem Whitepaper **Reimagining Work** - Warum wir die Arbeit neu erfinden müssen.

slack WHITEPAPER ANSEHEN



- Auf Basis der Studie entstand eine **interaktive Microsite**, auf der User herausfinden können, welcher Arbeitstyp sie sind und wo sie im Vergleich zu ihren Kollegen stehen
- es gibt insgesamt **5 Fragen**, auf jede Frage folgt ein Ergebnis aus der Studie
- **Das Ziel:** Mehr Informationen über die Nutzer erfahren und weitere Leads generieren. Gegen die Abgabe der Kontaktdaten erhalten die User ihr Ergebnis





BEST CASE SLACK

# DISTRIBUTION STATISTA STAND ALONE MAILING

statista  
Content & Design

statista SPECIAL CONTENT

**slack** **Wie sieht die Zukunft der Arbeit in den aktuellen Spitzenunternehmen aus?**  
E-BOOK HERUNTERLADEN

**Sehr geehrte Frau Hein,**

die aktuelle Lage hat Unternehmen weltweit dazu gezwungen, ihre **digitale Transformation zu beschleunigen**: in wenigen Monaten mussten sie das erreichen, was eigentlich auf **ein paar Jahre ausgelegt war**.

Die meisten Unternehmen sind sich jedoch unsicher, wie sie **zukünftig am besten weitermachen sollen** – die einen wünschen sich eine **Rückkehr zur Normalität**, während andere die **neue Arbeitsweise beibehalten** wollen.

Dieses **E-Book** soll Ihnen dabei helfen, **einen eigenen Weg zu finden** – die Entscheidung darüber, **welche Richtung man dabei einschlägt**, ist vielleicht eine der **wichtigsten Entscheidung**, die Führungskräfte auf der ganzen Welt treffen müssen.



## STAND ALONE MAILING:

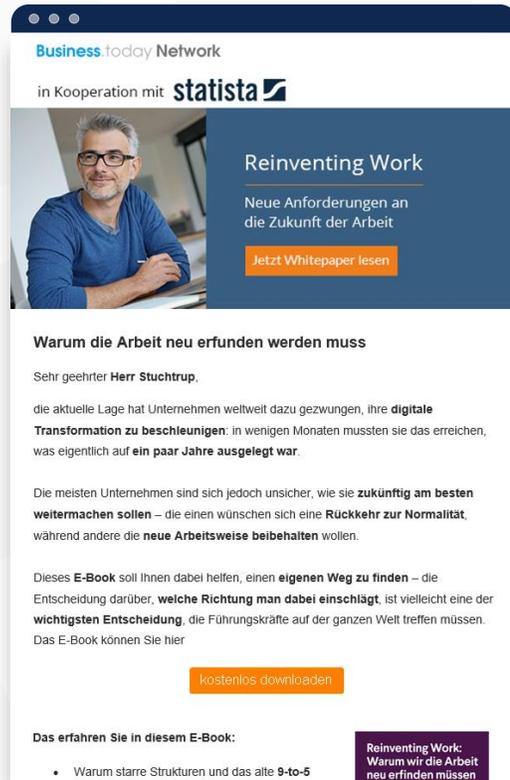
- > Slack platzierte das Content-Assest innerhalb eines **Monothematischen Mailings**
- > Der Content wurde zur Kontaktgenerierung innerhalb der **Statista Nutzer:innenschaft verbreitet**
- > Verlinkung erfolgte auf **externe Landingpage**



BEST CASE SLACK

# FILTER ZUR LEADGENERIERUNG

In Zusammenarbeit mit unserem Partner Leadfactory generierten wir für Slack qualifizierte Leads über das Business.today Network.



## GEMEINSAM MIT SLACK UND LEADFACTORY LEGTEN WIR EINEN DETAILLIERTEN FILTER FEST:



### ZIELBRANCHEN:

- > Industrie
- > ITK
- > Dienstleistungen
- > Handel
- > Healthcare
- > Education
- > Energie



### ENTSCHEIDER:INNEN-LEVEL:

- > 1. Ebene  
Inhaber:in, C-Level
- > 2. Ebene  
Leitungsebene
- > 3. Ebene  
Manager:in, Experts



### UNTERNEHMENSGRÖßEN:

- > 200 Mitarbeiter



### GESCHÄFTSBEREICHE:

- > Tech & Development
- > IT
- > Sales
- > Service
- > HR



Ein Lead für Slack enthält sämtliche für die Vertriebsaktivitäten relevanten Informationen.

The screenshot shows a lead management interface with the following sections and callouts:

- Unternehmen** (Company): Firmenname (Beispielfirma), Rechtsform (GmbH), Land (Deutschland), PLZ + Ort (22453 Hamburg), Str.-Nr. (Papenreye 53), Telefon (+49403289052330), Faxnummer, E-Mail Adresse (info@beispielfirma-xy.de), Webseite (www.bsp-firma.de), Betriebsgröße (100-199), Branche (Informations- und Kommunikationsdienstleis).
- Genauere Anschrift** (Detailed Address): Str.-Nr. (Papenreye 53), PLZ + Ort (22453 Hamburg).
- Geschäftliche E-Mail-Adresse** (Business Email Address): info@beispielfirma-xy.de
- Betriebsgröße** (Company Size): 100-199
- Branche** (Industry): Informations- und Kommunikationsdienstleis
- Kontakt** (Contact): Anrede (Herr), Vorname (Jens), Nachname (Schmidtman), Jobtitel (Head of BTN Content Solutions), Geschäftsbereich (Marketing + Werbung + PR), Entscheiderlevel (Hauptabteilungsleiter + Bereichsleiter + Proku), E-Mail Adresse (info@beispielfirma-xy.de), Telefonnummer (+49403289052336), Mobilnummer (+491724356440), Xing Profil.
- Business Intelligence** (Business Intelligence): Recherche Tools, Kontakt ist Lead in folgenden Kampagnen, Kontakt hat folgende Newsletter erhalten, Unternehmen ist Lead in folgenden Kampagnen.
- Interne Info** (Internal Info): Ist ein Beispiel Lead.
- Datum** (Date): Registriert (18.10.2017 09:27), Opt-in (18.10.2017 09:27), PDF Online gelesen (18.10.2017 09:27).
- IP-Adresse** (IP Address): 188.108.238.94.
- Buttons** (Buttons): Optin anfragen, Excel Export, Vormerken, Mautic, GoToWebinar, Woodpecker, SugarCRM, Löschen, Speichern in, Netto Leads, bearbeitung, MQL Optional, Schliessen.

## UNSERE KUNDEN

“In meiner Marketing-Strategie ist Data Storytelling **Prio Nummer eins**. Es ist unheimlich wichtig, das, was man über ein Produkt erzählt, auch belegen zu können. Und das geht eben am besten mit **Zahlen, Daten und Fakten**. Tut man das nicht, kann es schnell passieren, dass der Content unglaublich erscheint.”



**ANN-KATRIN MAIWORM**

**HEAD OF MARKETING DACH**

Slack



## IHR KONTAKT

### ALEXANDER TROFFMANN

Consultant Content & Information Design

 +49 40 284 841-736

 alexander.troffmann@statista.com

<https://statista.design/>