

RIGHT NOW MOMENTS

Wer seine Kunden erreicht, bevor es dem Wettbewerb gelingt, ist klar im Vorteil. Mehr und mehr Marken suchen nach unorthodoxen Touchpoints und relevanten Kontexten, um ihre Kunden im richtigen Moment anzusprechen – und zwar, wenn diese am wahrscheinlichsten ein Bedürfnis haben, das sie befriedigen können.

PudelsKern.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Seit das Smartphone zum permanenten Lebensbegleiter geworden ist, ist es für Marken ein Leichtes, Kunden via App oder Social Media genau zur richtigen Zeit ein Angebot zu unterbreiten, das exakt zu ihrer Situation und zu ihrem Kontext passt.
- Nicht nur online, auch im realen Leben sind Connected Shopper äußerst offen für Kontext bezogene Erfahrungen, die ihnen die passenden Angebote für ihre Situation im richtigen Moment liefern.
- RIGHT NOW MOMENTS übertragen die Vorteile der Contextual Experience aus der virtuellen in die physische Welt und stillen dort den wachsenden Hunger der Kunden nach einer personalisierten und singulären Shopper Experience.

WARUM ER RELEVANT IST

- Als Gegenreaktion auf die Zweidimensionalität des Internets, wo alles jederzeit für jedermann verfügbar ist, suchen die Menschen verstärkt nach singulären und personalisierten Erlebnissen, die eine Marke direkt erfahrbar machen.
- Um ihren Erlebnishunger zu stillen, sind die Konsumenten in fortgeschrittenen Ökonomien bereit, bis zu 16 % ihres Einkommens für Erlebnisse auszugeben ([Euromonitor, 2019](#)).
- Begrüßt werden intelligente Marken, die ungewöhnliche Orte und differenzierte Erlebniskontexte nutzen, um situativ geweckte Bedürfnisse sofort zu befriedigen.