

PRESSEMITTEILUNG

Berylls Group baut Berylls Mad Media weiter aus, um die Transformation des Marketings und der Customer Experience der Automobilindustrie aktiv zu gestalten.

München, 2. September 2021 – Berylls Mad Media hat im ersten Jahr nach Gründung bereits zahlreiche erfahrene Experten im Bereich der Marketing- und Customer Experience Transformation zusammengebracht. Das Team agiert als Visionär, neutraler Ratgeber und Umsetzungsbegleiter, der gemeinsam mit dem Kunden das richtige Setup in einem zunehmend komplexen Agentur- und Technologieumfeld definiert und ständig optimiert.

Mit der Berylls Mad Media gestaltet die Berylls Group, bekannt vor allem durch die Strategieberatung Berylls Strategy Advisors, die Vertriebs- und Marketingtransformation der Automobilindustrie aktiv mit und lässt strategische Ideen und Konzepte Realität werden. Die geschäftsführenden Partner Dr. Jan Burgard und Andreas Radics der Berylls Group, werden bei der Berylls Mad Media durch Jonas Wagner in der Geschäftsführung ergänzt. Er verfügt über mehr als 17 Jahre Erfahrung in der Transformation des Automobilvertrieb und des Marketings führender Hersteller. Das Führungsteam konnte schnell erfahrene Experten für seine Mission gewinnen. So ergänzen unter anderem der Customer-Experience-Experte Maximilian Möller, ehemals Deloitte Digital und Capgemini, sowie der Experte für datengetriebenes Marketing, Sascha Kurth, vormals PwC, das Team. Zusätzlich verstärken Marian Asche und Henry Lundt, als erfahrene Strategie- und Transformationsberater von Berylls Strategy Advisors, das BMM Team.

Zum Berylls Mad Media Ausbau erklärt Jonas Wagner: „Dem Marketing und Vertrieb der Automobilindustrie steht die größte Transformation aller Zeiten bevor. Beides ist nicht mehr zeitgemäß und hat eine Politur dringend nötig – weg von einer produktorientierten hin zu einer mobilitätsorientierten, kundenzentrierten und digitalen Ausrichtung. Durch die radikale Digitalisierung der Kundenschnittstelle sind die Bereiche Marketing und Vertrieb kaum mehr trennbar. Durch datengetriebenes Lead- und Engagement-Management sind sie eng verzahnt – entlang der gesamten Customer Journey. Das bietet unzählige Chancen für einen individuellen Kundendialog, die Verkürzung der Kundenakquisitionszeiten und letztlich eine deutliche Steigerung des Vertriebserfolgs. Die Realität zeigt jedoch, wie schwer sich die Automobilkonzerne mit der Transformation von Vertriebs-, Aftersales- und Marketingstrukturen sowie der Neugestaltung von Kundenbeziehungen tun.“ „Mit Berylls Mad Media haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, diese Lücke zu füllen und eine nachhaltige

BERYLLS

KONTAKT

Berylls Group
Maximilianstraße 34
80539 München

M +49 89 710 410 40-0
info@berylls.com

www.berylls.com
media@berylls.com

Transformation im Marketing und digitalen Vertrieb voranzutreiben“, so Dr. Jan Burgard ergänzend, „denn Berylls- Berater verstehen sich seit jeher als Vordenker. Berylls Mad Media ist somit die perfekte Erweiterung unseres Angebotsportfolios.“

Im Verständnis der Berylls Mad Media bedarf es einer integrierten Steuerung, Aktivierung und ständigen Optimierung der gesamten Customer Journey – vom Kundenerlebnis im Mittelpunkt bis hin zum Aufbau einer digitalen Organisation mitsamt ganzheitlicher Prozess- und IT-Architektur. In diesem integrierten Ansatz sehen die Berater den Schlüssel zum Erfolg. Der Berylls Mad Media Infinity Loop veranschaulicht die Verbindung zwischen datengetriebenem E2E-Marketing und einer kanalübergreifenden Customer Journey. So verfolgt die Marketingplanung klare Ziele, deren Erfolg mit Hilfe automatisierter Datenerhebung und -analyse kontinuierlich gemessen wird. Sich selbständig optimierende Marketingorganisationen ermöglichen nachhaltige Effizienz- und Effektivitätssteigerungen bei der Kundenaktivierung entlang der Customer Journey. Hierzu benötigt es kanalübergreifende und in MarTech- und Backend-Lösungen integrierte Journeys, die beispielsweise disruptive E-Commerce-Initiativen der Hersteller erst erfolgreich machen – hin zu einem transaktionalen Kundendialog.

Zusammen mit Kunden und Partnern verfolgt Berylls Mad Media ein klares Ziel: Die Customer Journey zum Leben zu erwecken – über alle aktuellen Silogrenzen hinweg. Von der Realisierung übergreifender Kundenerlebnisse sowie einer gemeinsamen Optimierung von Conversion und Profitabilität durch kontextbezogene Angebote. Und somit die Marketing- und Vertriebsorganisationen in der Automobilindustrie erfolgreich in ein neues Zeitalter zu führen.

BERYLLS

KONTAKT

Berylls Group
Maximilianstraße 34
80539 München

M +49 89 710 410 40-0
info@berylls.com

www.berylls.com
media@berylls.com

Berylls Group – ist eine auf die Automobilitätsindustrie spezialisierte Unternehmensgruppe, mit Standorten in Deutschland, China, Großbritannien, Südkorea, Nordamerika und in der Schweiz. Die Berylls-Experten decken alle Zukunftsthemen des automobilen Ökosystem ab. Ihre Expertise ist in vier spezialisierten Einheiten zusammengefasst – dem Berylls Quartett.

Berylls Strategy Advisors – Mit ihrem umfassenden Know-how bedient die Top-Management-Beratung die gesamte Wertschöpfungskette der Automobilität – von der strategischen Konzeption, bis hin zur Verbesserung der operativen Performance.

Berylls Digital Ventures – Die Mannschaft von Digital Ventures bietet den Kunden den Aufbau neuer Geschäftsmodelle an oder entwickelt und betreibt für sie digitale Produkte – End-2-End. Berylls Digital Ventures beteiligt sich an Start-ups und baut digitale White-Label-Produkte, die Kunden erwerben können.

Berylls Equity Partners – Im Berylls Quartett sind die Equity Partners eine durch starke Ankerinvestoren flankierte Beteiligungsgesellschaft, die Unternehmen der Mobilitätsindustrie erwirbt, um sie operativ zu verbessern und strategisch neu auszurichten.

Berylls Mad Media –Die Experten von Mad Media entwickeln und implementieren datengetriebenes Marketing, integriertes Portfolio- und Service-Design, außerdem setzen sie ganzheitliche Prozess- und IT-Architekturen um.

Das Berylls Quartett ist der Schlüssel, um die Automobilindustrie auf ihrem Weg in die Zukunft zu begleiten und ihr Potenzial zu heben, von der Strategie bis zur finalen Umsetzung – End-to-End.

Denn die Zukunft kommt. Aber anders.