

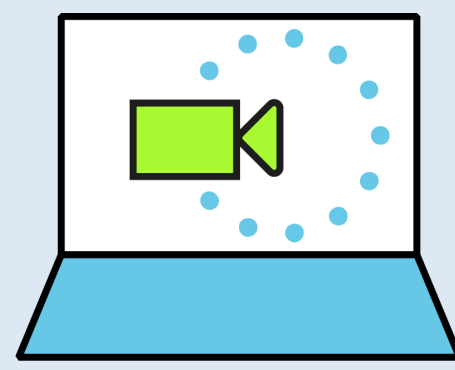


74 % aller befragten Marketer haben in den letzten Monaten Budget-Kürzungen erlebt



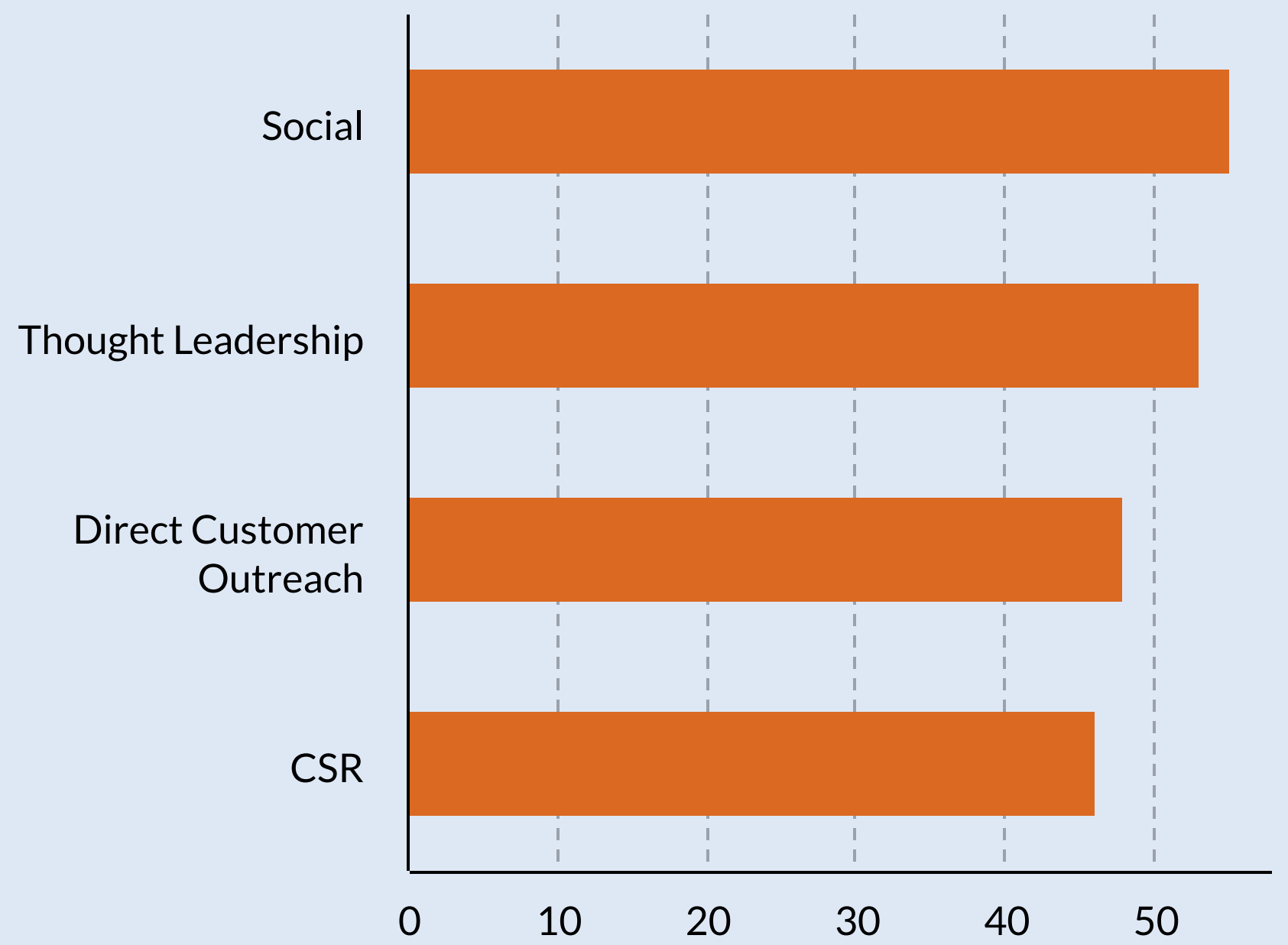
80 % erleben eine starke Reduzierung von analogen Events

40 % haben auf Online-Events gewechselt (+ 13 % planen es)



Fast jeder zweite Marketer (47 %) setzt auf emotionalen, kundenzentrierten Content

Digitale, kundenzentrierte und emotionale Marketing-Aktivitäten, die aktuell vermehrt betrieben werden:



*Quelle: LinkedIn/Vision Critical "How Marketing Budgets and Strategies Are Being Impacted by COVID-19"

Erfahren Sie hier mehr über Online-Events und wie Sie diese interaktiv und kundenzentriert gestalten können.



[Blogbeitrag Lesen](#)