

WE

FUTURE OF COMMUNICATIONS

INSIGHTS ZU TRENDS IN DER KOMMUNIKATION

Komplexe Realität, ungewisse Zukunft – und mittendrin Ihr Unternehmen

Forbes

EDITORS' PICK

Embracing AI Across The Marketing Mix

Gary Drenik Contributor

Follow

May 16, 2024, 10:00am EDT

CPRA COMMUNICATION & PUBLIC RELATIONS AUSTRALIA

3. As democracy faces its 'biggest test', brands may feel pressure to pick a side

This year will be the most significant on record for democracy globally, with over four billion people voting in upcoming elections held in the United States, India, Indonesia, the United Kingdom, Pakistan, Bangladesh, Mexico, and the European Union.

DIGIDAY

SUBSCRIBE | LOGIN

SPONSORED

How marketers are adapting to the new realities of data privacy

Sponsored by Alliant • May 28, 2024

f X in

ADWEEK

Sign In | Subscribe

PROGRAMMATIC


Google's Cookie-less Future Is Probably Not Happening

After 4 years and 3 delays, the tech giant will keep passing cookies as it charts a new path for privacy

WORLD ECONOMIC OUTLOOK

Steady but Slow: Resilience amid Divergence

2024 APR



LS: N GLOBAL

Gen Z: Now and Next 2024–2025

From Vision to Contradiction

Forbes

Sustainability Communication And Credibility: Navigating The Path To A Greener Future

Steven Thomas
Forbes Councils Member
Forbes Business Council
COUNCIL POST | Membership (Fee-Based)

Dec 6, 2023, 08:45am EST

THE SPECTATOR WORLD

Politics Culture Life Podcasts Magazine Newsletters

James Ball

Yuval Noah Harari's latest book constructs entire dystopian futures

Nexus argues that it is stories which are fundamental to shaping the world

Saturday, October 12, 2024



Wussten Sie, dass...

...THOUGHT LEADERSHIP NICHT NUR AUF C-LEVEL EXECUTIVES BEGRENZT IST?



27%

der weltweiten Arbeitskräfte 2025 der Generation Z angehören werden.

71%



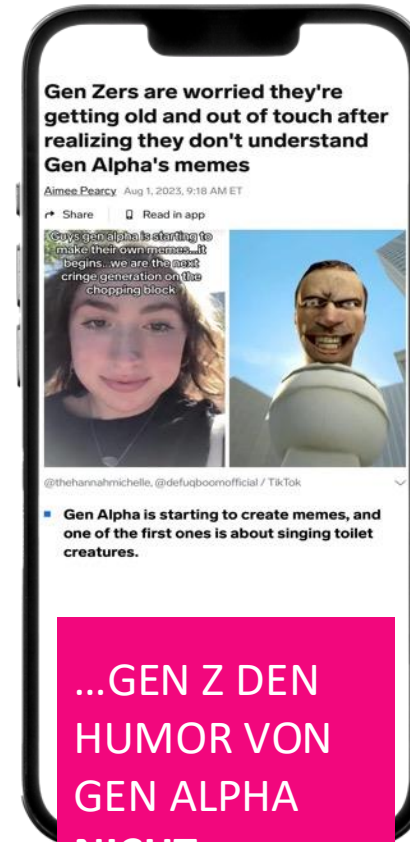
der Menschen die Sprachsuche auf ihren Endgeräten mindestens einmal pro Woche nutzen.

...KI JOURNALISTEN BEREITS TEIL IHRES ALLTAGS SIND



TO PERSON
KLARA IDERNACH
Klara Indernach is the name for texts that we create with the help of artificial intelligence. If articles were largely generated with the help of AI, we mark them accordingly. They are edited and checked by the editorial team before publication. The profile photo was created with the help of Midjourney.

LATEST ARTICLES:

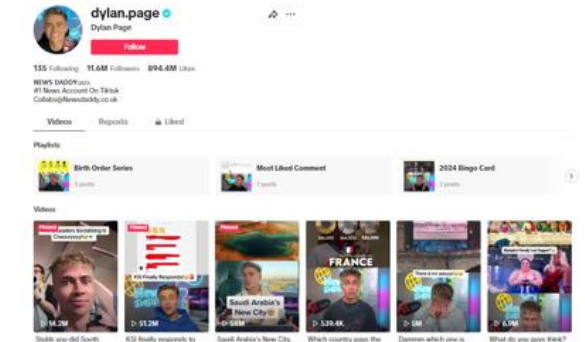


...ernste Themen am besten mit einer Prise **Humor** serviert werden?



MTR incorporates HK classic movie scenes into new ESG campaign

...**Armchair Journalisten** die Nachrichtenwelt auf den Kopf stellen

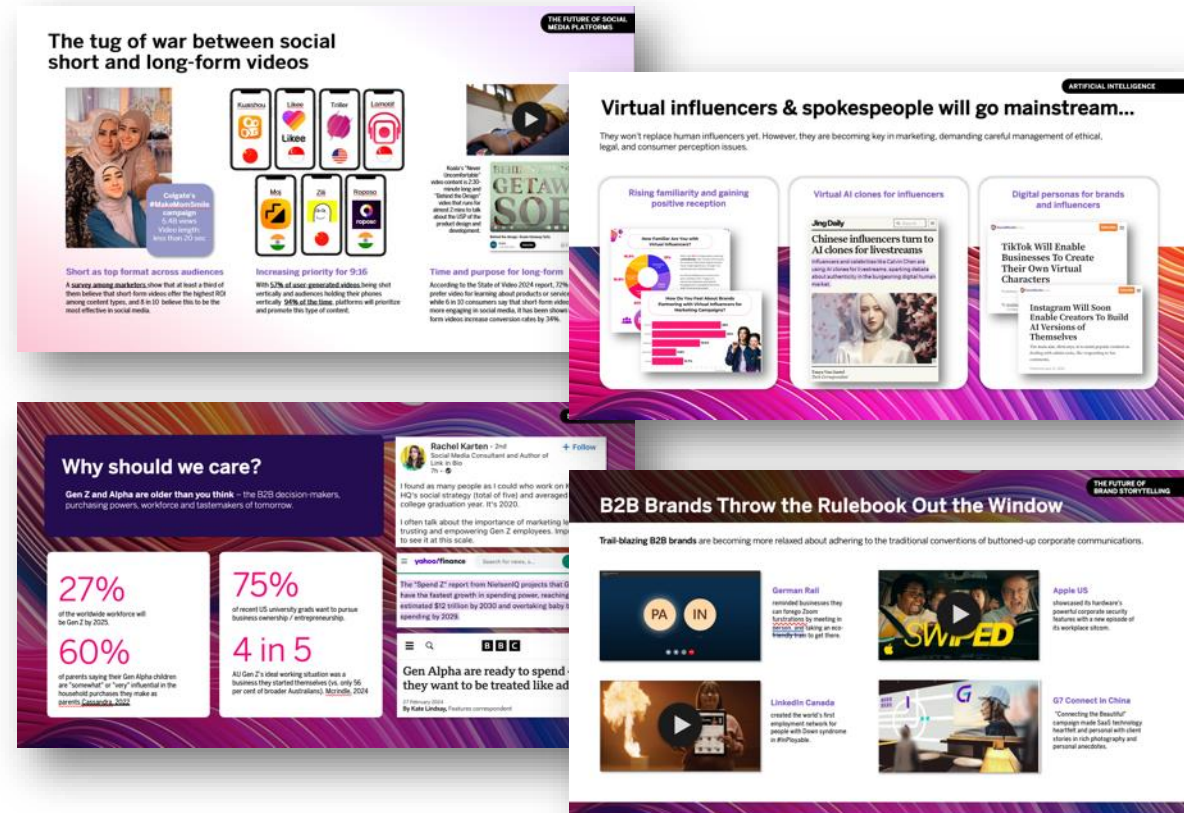


Erfahren Sie mehr über aktuelle Trends in unserem Bericht "Future of Communications"

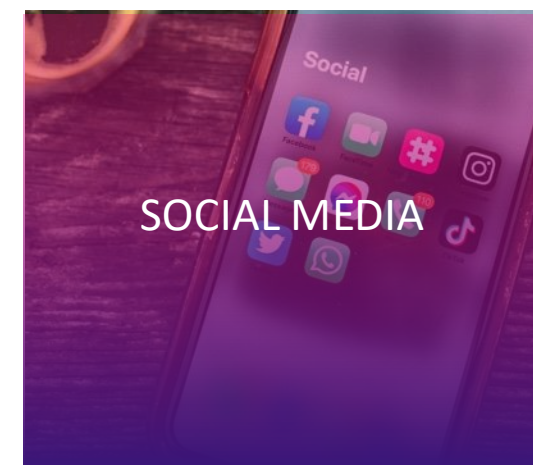
Mit „Future of Communications“ bietet WE eine umfangreiche Übersicht über die aktuellsten Trends in den Bereichen Medien, Werbung und Kommunikation.

Wir analysieren dabei Trends in sieben zentralen Bereichen, die die Anforderungen an PR und Marketing weltweit in allen Branchen und Märkten prägen.

Mit "Future of Communications" erhalten Sie fundierte Insights, die Sie für Ihre eigenen Marketing- und Kommunikationsstrategien nutzen können – ein Wettbewerbsvorteil für Sie!



Entdecken Sie Trends aus 7 verschiedenen Bereichen



Methodik der Analyse

MANUELLES SCRAPING: Analyse von über 100 Trendberichten aus 2023 und 2024, um relevante Erkenntnisse und Daten zu aufkommenden Trends und Prognosen zu extrahieren

NEWS MEDIA AUDIT: Überprüfung relevanter Artikel und Medienberichte, um den operativen Kontext und die Auswirkungen von Earned Media, Social Media, digitalen Medien sowie Influencer-Marketing und -Kommunikation zu bewerten

LANDSCAPE AUDIT: Untersuchung von Forschungsberichten zum aktuellen Stand und zu Zukunftsprognosen für Earned Media, Social-Media-Plattformen und digitales Marketing

KREATIV-AUDIT: Bewertung von Best-in-Class-Kampagnen aus verschiedenen Sektoren (Technologie, Gesundheit, Verbraucher usw.), um effektive Strategien und Innovationen in der Kommunikation zu identifizieren

EXPERTENGESPRÄCHE: Integration von Input von WE Spezialisten für Creative, Digitales, PR und Corporate Reputation, um Erkenntnisse zu validieren





**Sichern Sie sich
jetzt Ihren
persönlichen
Termin mit WE!**

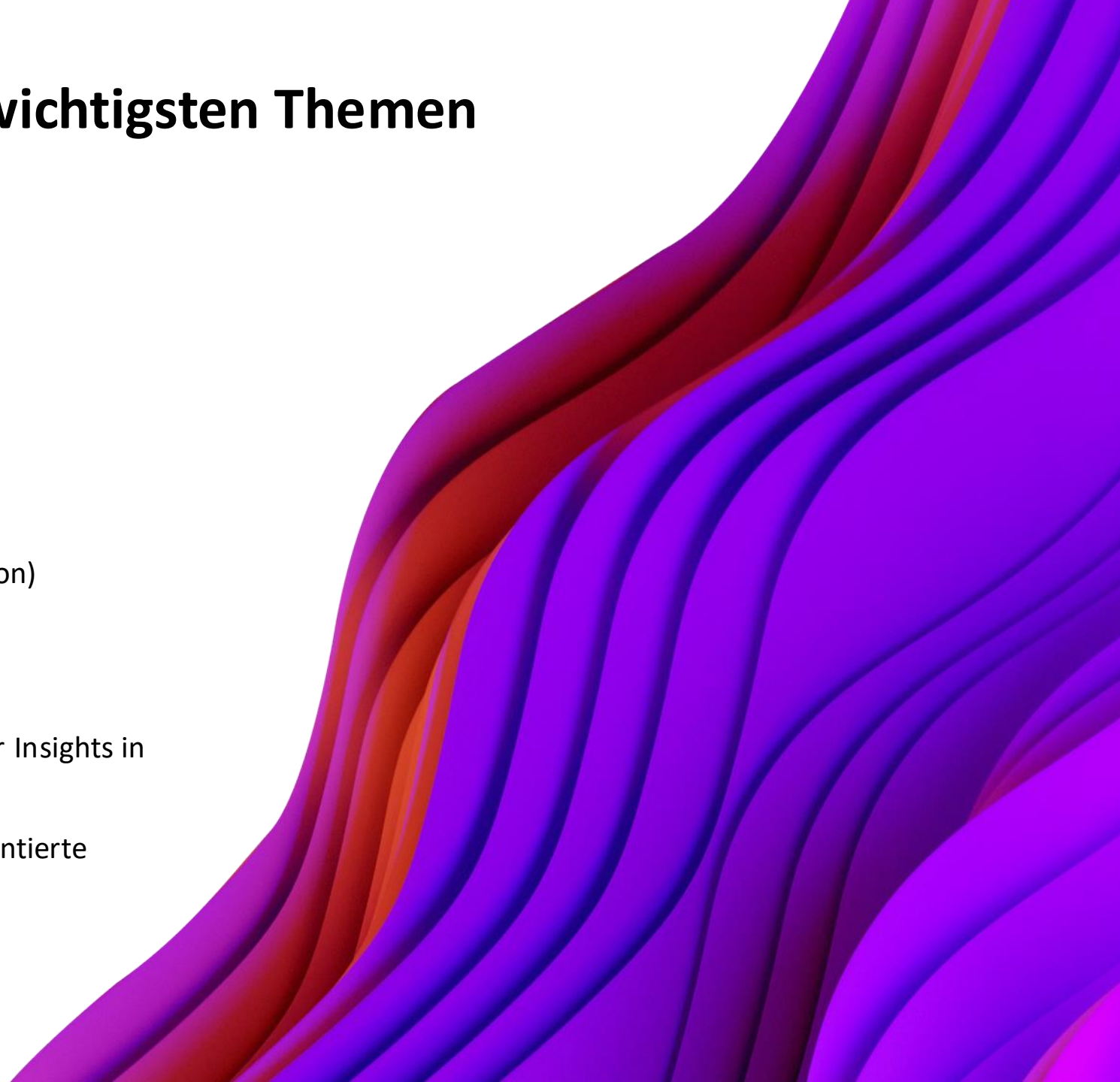
Wir fokussieren uns auf Ihre wichtigsten Themen

BASIEREND AUF:

- Ihrer Branche
(Automobilindustrie, Finanzdienstleistungen, Telekommunikation, Pharma...)
- Ihrem Fachbereich
(PR, Marketing, Social, Digital, Paid, Brand Manager)
- Ihren thematischen Prioritäten
(Brand Storytelling, Thought Leadership, KI-Integration)

PROFITIEREN SIE VON KONKRETEN HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN:

- Strategisch geführte Diskussionen zur Integration der Insights in Ihre Planung und aktuelle Herausforderungen
- Erfahrene WE Account-Leads geben Ihnen praxisorientierte Empfehlungen zur Optimierung Ihres aktuellen Kommunikationsprogramms



Präsentation “Future of Communications” – Ihre Optionen

TREND REPORT

Identifizieren Sie ein Thema, das für Ihre Rolle oder Ihr Unternehmen am relevantesten ist. In einer **30-45-minütigen Präsentation** stellen wir Ihnen die aktuellen Trends dazu vor und diskutieren mit Ihnen über die Auswirkungen auf Ihr Unternehmen.

TREND DEEP DIVE

Identifizieren Sie **2-4 Themen**, die für Ihr Unternehmen am relevantesten sind. Sie erhalten dazu eine **1,5-stündige Deep-Dive-Präsentation** mit individuellen Empfehlungen für Ihr Unternehmen.

TOTAL TRENDSCAPE

In einem **halbtägigen Workshop** oder einer **Serie von Sessions** lernen Sie und Ihr Team die Insights des gesamten Reports kennen. Diskutieren Sie mit unseren Experten über die Aspekte, die Ihr Unternehmen betreffen und profitieren Sie von maßgeschneiderten Empfehlungen, basierend auf Ihren Bedürfnissen und Strategien.

Spannende Diskussionen zu „Future of Communications“: Wann sind Sie dabei?

“ Great session! In a world where AI is rapidly advancing it was excellent to hear concrete examples of how it can be utilised to enhance communication and also to hear the message reiterated that the human is still at the core. ”

“ The Future of Communications event was a highly valuable learning experience. It really made me think about some great use cases for AI within our organization over and above what we're using it for at the moment. The session covered innovative ways in which we could leverage AI to drive significant change, while at the same time highlighting various ethical, legal and practical considerations. ”



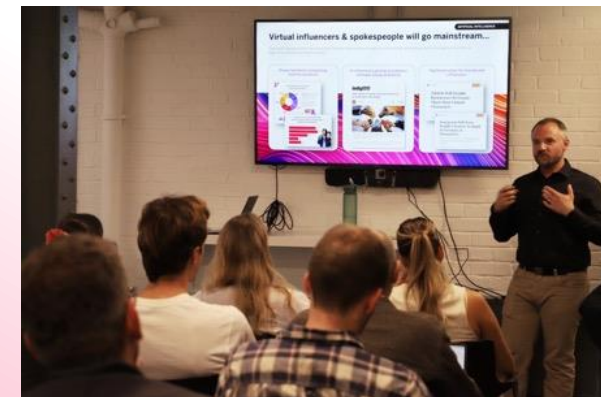
“ From a brand storytelling perspective, there were captivating insights for both B2B and B2C narratives, especially during a period when customer focus is paramount. And as for the rise of Tik Tok as a news source - well these are certainly interesting times! It was a truly valuable session! ”



WE x Provoke Singapore Session



WE London EMEA Session





Let's talk trends.

Kontaktieren Sie Ihr WE Team oder schreiben Sie uns an:

HelloGermany@we-worldwide.com