

KAMPAGNEN- BETREUUNG

FÜR NEU- UND BESTANDSKUNDEN

*Heute schon wissen, was
der Kunde morgen
wünscht – das ist die
Voraussetzung zur
Generierung
langfristiger und vor
allem profitabler
Kundenbeziehungen.*



Bleiben Sie Ihren Mitbewerbern mindestens einen Schritt voraus.

Auf Basis transparenter und anschaulicher Informationen bieten wir Ihnen eine realistische Markteinschätzung und eine klare Vision der Zukunft.

Grundlage für eine intensive Kundenbeziehung ist ein detailliertes Verständnis des Kundenverhaltens und als Folge eine zuverlässige Prognose für ein zielgruppengerechtes Angebot zum richtigen Zeitpunkt.

Die INI GmbH unterstützt, betreut und kontrolliert für Sie die Neukundengewinnung und Bestandskundenpflege mit Hilfe von Dialogmarketinginstrumenten sowie wissensbasierten, optimierenden Kampagnen.

Profitieren Sie von den seit langen Jahren gewonnenen Erfahrungen im Bereich der ganzheitlichen Kampagnenbetreuung.



FÜR ALLE VERTRIEBSKANÄLE GIBT ES

Auf Basis

transparenter und

nachvollziehbarer

Informationen bieten

wir Ihnen eine gute

Markteinschätzung

und eine klare Vision

von Zukunft.

Dabei lassen sich folgende Säulen abbilden:

1. Zielgruppendefinition (Target Marketing, Database Marketing, Data Mining)
2. Prozessunterstützung (SWOT-Analysen, Fehlerermittlung)
3. Kontaktorganisation (Kontaktmanagement, CRM)
4. Interessentenmanagement

Target Marketing & Management

Die in der eigenen Kundendatenbank vorhandenen Informationen erlauben in der Regel, unterschiedliche Kundentypen zu identifizieren, denn Kunde ist nicht gleich Kunde! Das Ergebnis einer solchen Kundentypologie liefert Erkenntnisse über die unterschiedlichen Zielgruppen im eigenen Kundenbestand. Sie zeigt die Potentiale dieser Zielgruppen und gibt wertvolle Hinweise über unterschiedliches Verhalten und verschiedene Präferenzen der Kunden. Dies bildet die Grundlage für maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen und macht ein optimales Customer Relationship Management möglich.

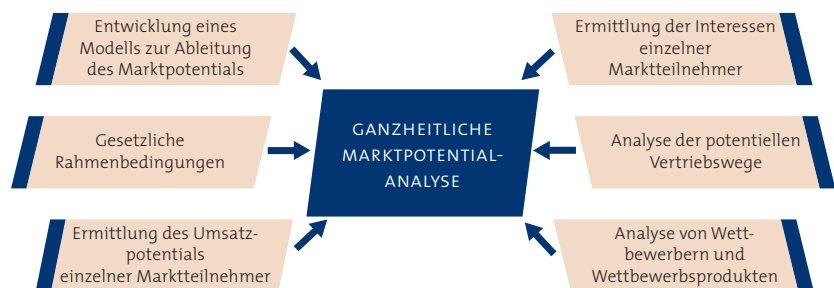
Kontakthistorie

Die kontinuierliche und nachvollziehbare Ansprache im Rahmen Ihrer Kontaktstrategie bildet in unserem Verständnis das Grundgerüst für eine erfolgreiche Kampagne. Unverzichtbar ist hierbei der Aufbau und die intelligente Nutzung einer Kontakthistorie.

Ist-Analyse

Primäre Zielsetzung einer Ist-Analyse ist die Generierung von Ausgangsdaten für die Planung sowie die Ermittlung von Schwachstellen. Ein starker Fokus liegt dabei auf den jeweiligen Kundenkontakten. Der Nutzen für unseren Kunden liegt im Erkennen von Optimierungspotenzial und der Gewinnung von Basis-Know-how im Bereich Dienstleistungsentwicklung.

Ganzheitliche Marktpotenzialsanalyse



ROI-Betrachtung

Der Erfolg einer Aktion anhand der Kosten und Nutzen betrachtet werden. Die Kundenbeziehung ist nur bei einer stetigen ROI-Betrachtung wirtschaftlich zu optimieren. Hierzu gehören neben der Nutzung von Kontrollgruppen (Nettoeffekt einer Aktion) auch der Einsatz von Querschnittsgruppen (Scoreeffekt). Die Ihnen zur Verfügung gestellten Informationen zum Nettoeffekt einzelner Aktionen können Sie zur weiteren Optimierung Ihrer Marketingplanung verwenden.



NEUE POTENTIALS ZU GEWINNEN.

SWOT-Analyse

Im Rahmen von Neu- und Bestandskundenkampagnen können u.a. mittels Benchmarking sowohl Stärken und Schwächen als auch externe Chancen und Gefahren aufgezeigt werden. Die Stärken und Schwächen sind dabei relative Größen und können im internen Vergleich oder mit den Wettbewerbern beurteilt werden. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir ganzheitliche Strategien für die mittel- bis langfristige Ausrichtung Ihrer Marketingaktivitäten.

Customer Relationship Management (CRM)

Verschärfte Wettbewerbsbedingungen und eine zunehmende Differenzierung der Nachfrage erfordern es, sich zielgruppenspezifisch am Markt zu positionieren. Das setzt voraus, die eigenen Wettbewerbsvorteile zu kennen und sie den Kunden möglichst individuell darzustellen. Gleichzeitig gilt es, die Effizienz von Marketing und Vertrieb zu erhöhen und möglichst alle Kunden zu profitablen Kunden zu entwickeln.

Unsere Ziele im Kundenbeziehungsmanagement:

- Erzielen eines nachhaltigen Umsatzes
- Erhöhen der Vertriebseffizienz
- Steigerung der Kundenbindung
- Aufbau einer intelligenten Kundensegmentierung
- Zusammenführen der Kundenkontaktpunkte

Cross- und Up-Selling

Oft schöpfen Unternehmen das Gewinnpotenzial bei Stammkunden nur ungenügend aus. Eine lukrative Möglichkeit zur Potenzialausschöpfung bietet das Cross- bzw. Up-Selling. Durch die Analyse von Kaufhistorien, von Soziodemografien und Psychografien lässt sich ermitteln, welche Kunden wahrscheinlich welche Produkte kaufen werden. Die gezielte Kundenansprache anhand dieser Ergebnisse bedeutet für Ihr Unternehmen eine Steigerung des Kundenwertes.

Churn-Management – Abwanderungsmanagement

In Zeiten des E-Commerce führt die Flexibilität zu einer weitgehend fehlenden Kundenloyalität.

Zielgerichtetes Abwanderungsmanagement hilft hochprofitable Kunden zu identifizieren, ihre Wünsche kennen zu lernen und ihre Wechselwahrscheinlichkeit zu ermitteln.

Um die zum Teil immensen Datenmengen verfügbar machen, auswerten und darstellen zu können, bedient sich Churn-Management der Techniken des Data Warehousing, Data Mining und der Data Visualization. Mit ihrer Hilfe gelingt es Unternehmen, aus den Daten der eigenen Kunden einen Informationsvorsprung gegenüber den Wettbewerbern herauszuholen.

Verschärfte Wettbewerbsbedingungen und eine zunehmende Differenzierung der Nachfrage erfordern es, sich zielgruppenspezifisch am Markt zu positionieren.



INI GmbH
Achstättring 11
D-35396 Giessen

Telefon ++49 - 641 - 96 61 15 - 73
Fax ++49 - 641 - 96 61 15 - 74

E-mail: Info@iniu.de
www.iniu.de

After Sales Support - Kundendienst

After Sales Support ist ein wichtiger Bestandteil Ihrer CRM-Strategie. Es werden neue, innovative und kundenindividuelle Konzepte realisiert, um die Betreuung und Bindung Ihrer Kunden über den Lebenszyklus Ihrer Produkte hinweg sicherzustellen.

Data Mining – themenbezogene Datensuche

Aufgabe des Data Mining ist das Verstehen und Vorhersagen des Kundenverhaltens. Zu diesem Zweck werden große Datenmengen unter Berücksichtigung verschiedener Variablen durchforstet und auf versteckte Muster und Trends durchsucht. Das vertiefte Verständnis für die Beweggründe des individuellen Kundenwechsels geht Hand in Hand mit der Kompetenz, zukünftige Wechsel zu antizipieren.

B-to-B Akquisitions Strategie

Eine der größten Hürden bei der Akquisition von Geschäftskunden stellt die Ermittlung der Potenziale im Business to Business Sektor dar. Unsere B-to-B Akquisition deckt die komplette Akquisitionskette ab und bietet Ihnen somit den Closed Loop vom Aufbau der Marketingdatenbank über die durch Zielgruppenselektion und Dialogmarketing gestützte Interessentengenerierung bis hin zum Vertriebscontrolling aus einer kompetenten Hand.

Unsere Leistungen im Rahmen von B-to-B:

- Konzeptionierung
- Leadgenerierung oder Verkäufe
- Werbeerfolgskontrolle
- Kontinuierliche Optimierung
- Vertriebscontrolling.

Unser zentrales Anliegen ist es, unseren Partnern optimale Kundenbeziehungen zu einem attraktiven Preis zu ermöglichen und durch hervorragende Leistungen langfristige Partnerschaften zu sichern. Unsere Kunden profitieren hier von den langjährigen Erfahrungen unserer Mitarbeiter im Bereich der Kampagnenbetreuung.

Wir freuen uns auf ein persönliches Gespräch mit Ihnen.

Christian von Zerssen

Geschäftsführer