

Neukundengewinnung mit CRM?
Vorgehen - Erfahrungen - Beispiele

Ersteller und Copyright:
Dr. oec. HSG Christian Huldi,
dr.huldi.management.ch ag, General-Wille-Strasse 201, CH-8706 Meilen
AZ Direct AG, Blegistrasse 1, 6343 Rodkreuz
Tel. +41 / 79 / 4 2222 05,
www.dr-huldi-management.ch / www.az-direct.ch
christian.huldi@dr-huldi-management.ch

Neukundengewinnung durch CRM? 1

How Do You Feel Today?
Part I

Einstieg:

- Inhalt
- Referent

Mein Ziel

Darüber werde ich sprechen

1. Einordnung – grösserer Zusammenhang
2. Neukundengewinnung durch CRM: Ein altes Modell – aktueller denn je!
3. Tipps und Tricks rund um das Thema Neukunden-Gewinnung mit CRM
4. Beispiele / Erfahrungen / Learnings
5. Abschluss und Ausblick

Neukundengewinnung durch CRM? 1



Kurzvorstellung
(christian.huldi@dr-huldi-management.ch)



**CEO der AZ Direct (Schweiz) AG
und Geschäftsführer der dr.huldi.management.ch ag.**

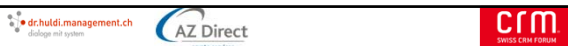
Spezialgebiete sind Database-, Direkt- und Guerilla-Marketing sowie strategisches Kundenbeziehungsmanagement (CRM).

Neben seiner langjährigen Tätigkeit als CRM-Strategieberater ist Christian Huldi Coach, Fachdozent und gefragter Referent im In- und Ausland.

Weiter war er bis April 2011 Präsidiumsmitglied des Schweizer Direktmarketing-Verbandes und ist seit 2011 Chairman des DM-Awards.

Seine Expertise bringt er als Mitglied im CRM-Expertenrat (D) und Jurymitglied des „CRM Innovationawards“ (CH) und des „CRM Best Practise Awards“ (D) ein.

Neukundengewinnung durch CRM? © Dr. sac. HGG CH, H&M, dr.huldi.management.ch ag 4



**dr.huldi.management.ch ag:
Unser Selbstverständnis**

Selbstverständnis:
dr.huldi.management.ch ag unterstützt ihre Kunden beim **Aufbauen, Festigen und Entwickeln ihrer Kundenbeziehungen** und sichert durch den **Aufbau eines strategischen und nachhaltigen Kundenmanagements den langfristigen Erfolg und das organische Wachstum ihrer Kunden.**

Kombination von Pragmatismus und strategischer Kompetenz garantiert Ihren Erfolg!

Neukundengewinnung durch CRM? © Dr. sac. HGG CH, H&M, dr.huldi.management.ch ag 5



AZ Direct Mission Statement

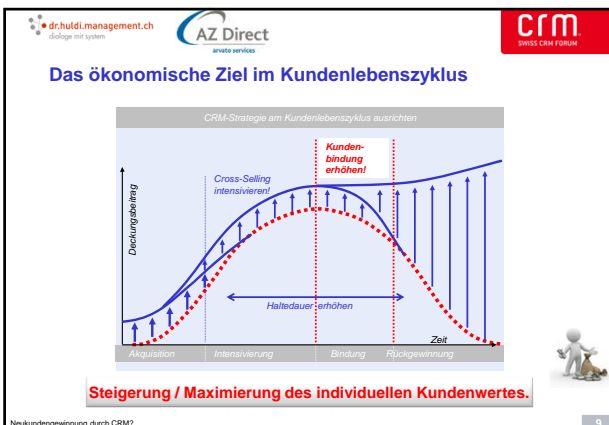


Als Anbieter von **Direct-Marketing- und CRM-Lösungen sowie Daten und Adressen** ermöglichen wir unseren Kunden und Partnern, ihre Märkte erfolgreich und nachhaltig zu bearbeiten.

Neukundengewinnung durch CRM? © Dr. sac. HGG CH, H&M, dr.huldi.management.ch ag 6

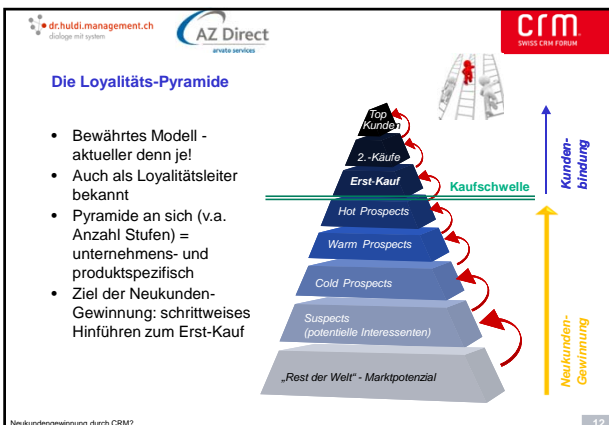












- Bewährtes Modell - aktueller denn je!
- Auch als Loyalitätsleiter bekannt
- Pyramide an sich (v.a. Anzahl Stufen) = unternehmens- und produktspezifisch
- Ziel der Neukundengewinnung: schrittweises Hinführen zum Erst-Kauf



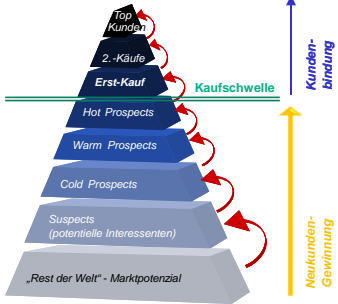
3

**Tipps & Tricks rund um das Thema
Neukunden-Gewinnung**

dr.huldi.management.ch
 AZ Direct
 CRM

Tipps und Tricks rund um das Thema Neukunden-Gewinnung
1. Anzahl Stufen in der Pyramide definieren

- Anzahl Stufen = unternehmens- und produktspezifisch
- Analyse des typischen Weges zum Kauf
- Via Marktforschung und entsprechender Analysen
- Untersuchen, wo überhaupt Einfluss genommen werden kann.

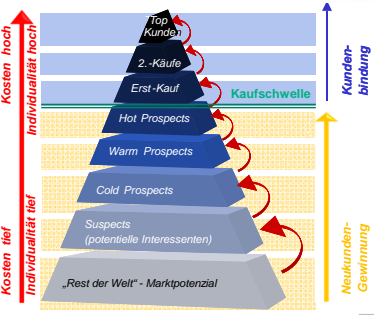


Neukundengewinnung durch CRM? 14

dr.huldi.management.ch
 AZ Direct
 CRM

Tipps und Tricks rund um das Thema Neukunden-Gewinnung
2. Gezielte Einflussnahme → Dranbleiben

- Gezielte Einflussnahme pro Stufe / Schritt
- Ziel: stufenweise nach oben bewegen
- Je höher in der Pyramide desto teurer dürfen die Massnahmen sein
- Je höher desto individueller → steigende Bedeutung der Daten
- Dranbleiben, dranbleiben, dranbleiben → proaktiv



Neukundengewinnung durch CRM? 15

dr.huldi.management.ch
dialoge mit system

AZ Direct
private services

crm
SWISS CRM FORUM

Tipps und Tricks rund um das Thema Neukunden-Gewinnung 3. Integrierte Kommunikation & «Neue» Medien

- Integrierte Kommunikation: Klassische Kommunikation, Social Media und Direkt Marketing
- Von Anfang an: CMR und Permission-basiert

Face to Face (F2F), Besuch
Angebot / Mailing, Telefongespräch, F2F
Newsletter, Twitter, Mailings, Telefon-Marketing etc.
E-Mail, Twitter, Social Media, Mailings etc.
Klassische Kommunikation, Webauftritt, Social Media etc.

Hot Prospects
Warm Prospects
Cold Prospects
Suspects (potentielle Interessenten)
„Rest der Welt“ - Marktpotenzial

Kaufschwelle

Kunden-Bindung
Neukunden-Gewinnung
Kosten
Individualität hoch
Individualität tief

Neukundengewinnung durch CRM? 16

dr.huldi.management.ch
dialoge mit system

AZ Direct
private services

crm
SWISS CRM FORUM

Tipps und Tricks rund um das Thema Neukunden-Gewinnung 4. Kampagnen-Management und Integration der CRM-Prozesse

- Kontakt-Kampagnen statt Aktionis
- Integration von Direktmarketing- und Sales-Prozess
- Integriertes DM

Face to Face (F2F), Besuch
Angebot / Mailing, Telefongespräch, F2F
Newsletter, Twitter, Mailings, Telefon-Marketing etc.
E-Mail, Twitter, Social Media, Mailings etc.
Klassische Kommunikation, Webauftritt, Social Media etc.

Hot Prospects
Warm Prospects
Cold Prospects
Suspects (potentielle Interessenten)
„Rest der Welt“ - Marktpotenzial

Kaufschwelle

Kunden-Bindung
Neukunden-Gewinnung
Kosten
Individualität hoch
Individualität tief

Neukundengewinnung durch CRM? 17

dr.huldi.management.ch
dialoge mit system

AZ Direct
private services

crm
SWISS CRM FORUM

Tipps und Tricks rund um das Thema Neukunden-Gewinnung 4. Kampagnen-Management und Integration der CRM-Prozesse

CRM-Prozesse
Marketing
Verkauf / Vertrieb
Service

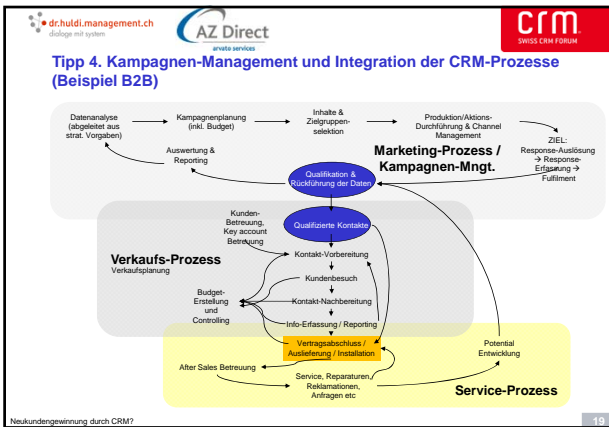
Zielgruppen
Markt
Kunde (1. Price)

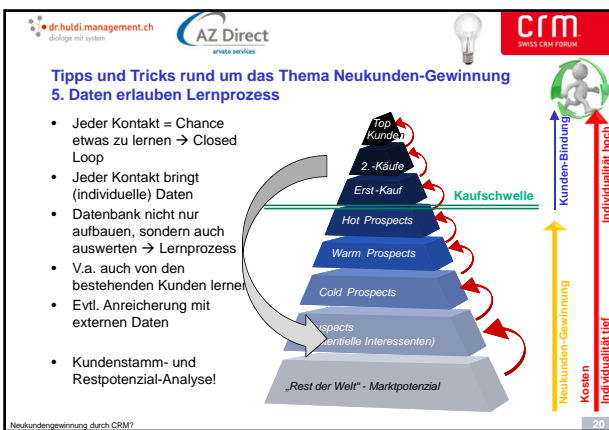
Kontakt vorhanden (Adresse)
Kaufabschluss

Prozess-Integration

Collaborative
Operational
Analytical
CRM

Neukundengewinnung durch CRM? 18









4

Beispiele / Erfahrungen / Learnings

dr.huldi.management.ch
AZ Direct
crm
swiss CRM forum

Beispiele / Erfahrungen / Learnings 1. Kampagnen-Management / Integrierte Kommunikation – B2C

WENN WIR DICH EINE WENTILKUGEL ESPANDIEREN MIT: DAS BRUNNLEIN-KÄSE-WIESEN.

Die Idee ist nicht die eines Werbefilms: Die Weiterentwicklung des weltbekanntesten Schweizer Lockenspiels vom Viktorinox zum Schweizer Käse-Messerschäbeler. Die Entwicklung wird zuerst in einer TV-Spotserie für einen grossen Publikum bekannt gemacht. In einem nächsten Schritt wird die Messer mittels Sport-Events, Ausstellungen, Messen sowie POS-Massnahmen angeboten, zusätzlich mit dem Ziel der sofortigen Absatzsteigerung: über 5 EAN-Codes von Schweizer Käse-Produkten zusammen mit 20 Franken erschenkt, erhält das Messer zugewandt. Hier wird mit einer kleinen Klage gearbeitet: Erstens wird die hohe Qualität des Schweizer Käses grafisch verdeutlicht, zweitens, und das Wichtigste: 20 000 Schweizer Käse-Messer inseriert kürzester Zeit versendet, was über 100 000 Schweizer Käse-Käufe entspricht.

Für die Jury: Frank Böhle, Euro RSCG Gruppe Schweiz



integriert, verkaufsfördernd, nachhaltig

Neukundengewinnung durch CRM?

dr.huldi.management.ch
AZ Direct
crm
swiss CRM forum

Beispiele / Erfahrungen / Learnings 2. Kampagnen-Management / Integrierte Kommunikation - B2B

Das erste Mailing der Welt, das sich selbst übersetzt.

Die Aufgabe
München und Wien zu verbinden. Wie auf jeder Kampagne werden internationaler Versand, Übersetzung sowie die Integration der Sprache übernommen.
Frank Meilen Übersetzungen und heute ein kleiner Schritt.

Die Lösung
Frank Meilen Übersetzungen ist ein Unternehmen, das seit 1987 die Welt der Übersetzung verbindet. Heute ist die Welt der Übersetzung ein Markt, der sich selbst übersetzt. Die Übersetzung ist ein Prozess, der sich selbst übersetzt. Die Übersetzung ist ein Prozess, der sich selbst übersetzt. Die Übersetzung ist ein Prozess, der sich selbst übersetzt.

Die Ergebnisse
Die Übersetzung ist ein Prozess, der sich selbst übersetzt. Die Übersetzung ist ein Prozess, der sich selbst übersetzt. Die Übersetzung ist ein Prozess, der sich selbst übersetzt.

authentisch, emotional, erfolgreich

Neukundengewinnung durch CRM?

dr.huldi.management.ch
AZ Direct
CRM SWISS CRM FORUM

Beispiele / Erfahrungen / Learnings 4. Kundenstamm-Analyse

Modellierung
Lift-Chart

Anteil Haushalte CH-plus Consumer kumuliert in %	Anteil Absos-ATM kumuliert in %
10	35
20	55
30	65
40	70
50	75
60	80
70	85
80	90
90	95
100	100

- Lernen von bestehenden Kunden
- Ermittlung typischer Merkmale
- Ableiten Restpotenzial

Neukundengewinnung durch CRM? 27

dr.huldi.management.ch
AZ Direct
CRM SWISS CRM FORUM

Beispiele / Erfahrungen / Learnings 5. Kampagnen-Management- und CRM-Tool sinnvoll

Neukundengewinnung durch CRM? 28

Schluss-Spurt

Kurze Zusammenfassung mit

- ... Ausblick und
- Überleitung!

5

dr.huldi.management.ch
dialoge mit system

AZ Direct
arvato services

crm
SWISS CRM FORUM

Zusammenfassung – Wichtigste Erkenntnisse Neukundengewinnung durch CRM !

- Neu-Kundengewinnung ist unabdingbar für Wachstum
- Neukundengewinnung = sehr teuer → grosses Optimierungspotenzial
- CRM hilft bei der Neu-Kundengewinnung
- Optimierungsansätze:
 - Loyalitäts-Pyramide als Denkanstz
 - Schrittweises Hinführen zum Erst-Kauf → durch adäquate Massnahmen pro Stufe
 - Modernes / strategisches Direktmarketing mit Integration neuer Medien
 - Integriertes Kampagnen-Management statt blindem, unkoordiniertem Aktionismus
 - Closed-Loop-Prozesse institutionalisieren
 - Daten, Auswertungen, Wissen → Lernprozesse institutionalisieren
 - Von den bestehenden Kunden lernen und Wissen anwenden für Neukundengewinnung
- Kombination macht den Erfolg:
 - Direkte / emotionale / integrierte Kommunikation → modernes Direktmarketing
 - Integrierte, mehrstufige Prozesse → Kampagnen-Management
 - Daten / Wissen / IT → Tools und Technik

Neukundengewinnung durch CRM? 30

dr.huldi.management.ch
dialoge mit system

AZ Direct
arvato services

crm
SWISS CRM FORUM

DM weiter auf dem Vormarsch ... u.a. dank CRM → Werbemarkt Schweiz: Nettowerbeumsätze 2010

Presse	CHF 1'915 Mio.
Fernsehen	CHF 595 Mio.
Radio	CHF 135 Mio.
Aussenwerbung	CHF 602 Mio.
Adressbücher	CHF 215 Mio.
Messen	CHF 384 Mio.
Direktwerbung	CHF 1'251 Mio.
übrige	CHF 37 Mio.
Total	CHF 5,134 Mio.

Quelle: Werbestatistik Schweiz, 2010

**Direktmarketing: Ist nach wie vor ein Erfolgsinstrument im CRM!
→ zeigt auch topaktuelle Studie des SDV**

Neukundengewinnung durch CRM? 32

dr.huldi.management.ch
dialoge mit system

AZ Direct
arvato services

crm
SWISS CRM FORUM

Haben Sie Fragen?

Neukundengewinnung durch CRM? 33

dr.huldi.management.ch
dialoge mit system

AZ Direct
avato services

CRM
SWISS CRM FORUM

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



*Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei
der erfolgreichen
Umsetzung Ihrer heute gewonnenen
Erkenntnisse und Ideen!*

... und freue mich, wenn wir in Kontakt bleiben.

Dr. oec. HSG Christian Huldi,
dr.huldi.management.ch ag
General-Wille-Strasse 201, CH-8706 Meilen
Tel. +41 79 4 2222 05
christian.huldi@dr-huldi-management.ch
christian.huldi@az-direct.ch

Neukundengewinnung durch CRM? © Dr. oec. HSG Ch. Huldi, dr.huldi.management.ch ag 34
