

Unternehmensdarstellung

München, Juni 2010

mmc

1. Unternehmen
2. Nutzen
3. Analyse- und Optimierungsportfolio
4. Praxisbeispiel

Unternehmen

mc

Beratungsunternehmen

Wir sind Dialogmarketing-Spezialisten.

Wir sind unabhängig, neutral, objektiv und pragmatisch!

mmc

Jung am Markt – aber erfahren im Geschäft

mehr als 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen:

- Management
- Klassische Beratung
- Dialogmarketing und Public Relations
- Database Marketing und Kampagnenmanagement
- Projektmanagement

1. Medien

Beck Verlag

Callwey Verlag

Kom:unik Verlag

Markenartikel

redmond's technology

Vogel Computerpresse

Ziff Davis

2. Internet

Sourcingparts

EU-Marketingportal

Zimpel Verlag

4. Direktmarketing

G F I direkt

iCentric

3. M C G

Freihafen /DDB

Montblanc

Presseservice Bonn

Ihre Ansprechpartnerin



Ithres-Marion Mende (50), Geschäftsinhaberin

- Expertin für CRM, Database Marketing, Public Relations und Dialogmarketing
- verantwortlich für: Beratung, Marketing & PR
- Erfahrungen: Internet, Markenartikel, Medien, Pharma, Werbemittelindustrie

Unsere Kooperationspartner

Wir legen größten Wert darauf, mit neutralen und unabhängigen Partnern zu kooperieren. Langjährige Erfahrungen in gemeinsamen Projekten bilden die Grundlage für unsere Zusammenarbeit und Empfehlung.

Unabhängige Partner *(Auszug)*

- **allegria design:** Büro für Konzept und Gestaltung
- **Antz21 GmbH:** Marketing Services und Business Intelligence
- **Stefan Fleischhacker:** Telefonmarketing
- **Ulrich Communications:** Messemarketing

Nutzen

mc

1.

Transparenz schaffen

indem wir alle im Kundendialog (Abonnent, Testabonnent, Kiosk-Käufer, Kündiger...) entstehenden Kosten erheben und anhand von Marktdaten bewerten; Daten, Technologien, Prozesse analysieren und dokumentieren.

2.

Kosteneinsparpotenziale entdecken

indem wir unsere langjährige Erfahrung nutzen, bisher ungenutzte Einsparpotenziale und Ressourcen im Dialog mit dem Abonnenten, Testabonnent, Kiosk-Käufer, Kündiger...) zu identifizieren.

3.

Effizienz steigern

indem wir mit Ihnen Strategien zur Kosten- und Prozessoptimierung im Dialogmarketing entwickeln.

4.

Optimierungspotenziale managen

indem wir Sie und Ihre Mitarbeiter bei der Optimierung coachen. Damit gewährleisten wir den Knowhow-Transfer in Ihr Unternehmen.

Analyse- und Optimierungsportfolio

mmc

3-Phasen-Modell



Phase 1

Phase 1	
1.	Workshop
2.	Kick Off

Inhalt

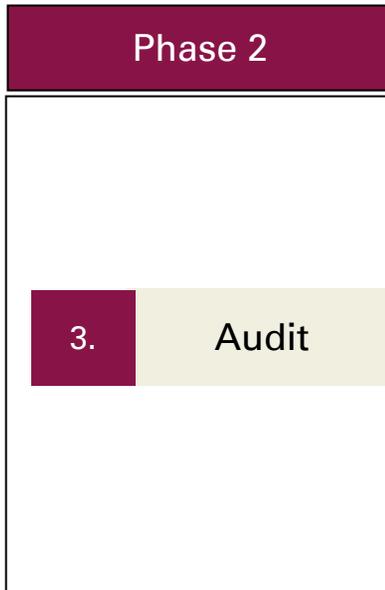
- **Workshop**

Im ersten Schritt werden wir mit Ihnen und Ihren Verantwortungsträgern in einem Workshop die Analyseschwerpunkte und gemeinsamen Ziele abstimmen.

- **Kick Off-Meeting**

Im Kick Off-Meeting werden wir zusammen mit allen Projektbeteiligten die Projektumsetzung im Detail abstimmen.

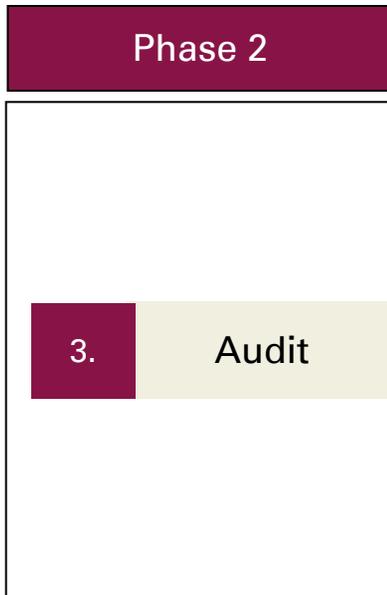
Phase 2



Inhalt

- **Strategien, Kampagnen, Kommunikationsmechaniken**
 - Aufnahme/Bewertung bisheriger Strategien, Kampagnen
 - Analyse/Bewertung der Responsemittel
 - CPI, CPO-Analyse
- **Technologien, Prozesse, Daten**
 - Aufstellung/Bewertung aktueller Dialogprozesse und Technologien
 - Aufstellung/Bewertung vorhandener Datenstrukturen
 - Qualitative und quantitative Analyse aller Datenbestände

Phase 2



Inhalt

- **Dienstleister, Outsourcing, Verträge**
 - Aufstellung/Bewertung bisheriger Outsourcingkosten
 - Evaluierung von Dienstleisterverträgen
 - Evaluierung von Dienstleistungsredundanzen
- **Lettershop, Produktion, Fulfillment**
 - Aufstellung/Bewertung bisheriger Produktions- und Fulfillmentkosten

Phase 2

Phase 2

4. Strategien

Inhalt

- **Strategieoptionen (Beispiele)**
 - Entwicklung/Anpassung von Kommunikationsstrategien
 - Insourcing- und Outsourcinglösungen
 - Optimierung von Dienstleistersettings
 - Optimierung der Kostenstrukturen
 - Optimierung/Qualifizierung des Datenhaushalts
 - Dienstleistemigrationen
 - Technologiemigrationen

Phase 2

Phase 2

5. Umsetzung

Inhalt

- **Optimierungsstrategien (Beispiele)**
 - Dienstleisterreasearch
 - Durchführung von Ausschreibungen
 - Betreuung von In- und Outsourcing-Projekten
 - Durchführung von Ausschreibungen zur Datenqualifizierung
 - Organisation des Prozesses zur lfd. Datenaktualisierung
 - Überprüfung datenschutzrechtlicher Aspekte
 - Planung, Betreuung von DataMining-Projekten

Phase 3

Phase 3	
6.	Monitoring

Inhalt

- **Monitoring**
Zur Sicherung einer dauerhaften Kostensenkung im Dialogmarketing ist ein nachhaltiges Controlling notwendig:
 - Aufbau von Kennzahlensystemen
 - Maßnahmencontrolling
 - Kostencontrolling

Analyse- und Optimierungsportfolio

Wertschöpfungstiefe →

Leistungsbereiche	Audit	Bewertung	Strategie	Umsetzung
Dienstleister				
Verträge				
Strategien				
Technologien				
IT-Daten				
Prozesse				
Kampagnen				

Analyse- und Optimierungsportfolio

Wertschöpfungstiefe →

Leistungsbereiche	Audit	Bewertung	Strategie	Umsetzung
Dienstleister				
Verträge				
Strategien				
Technologien				
IT-Daten				
Prozesse				
Kampagnen				

Praxisbeispiel

mc

Medienbranche

Kosten- und Effizienzcontrolling

- **Kampagnen-Audit**
Analyse lfd. Kampagnen und einzelner Aktionen
- **Dienstleister-Audit**
Vertrags- + Kostenanalyse Dialogagenturen
Vertrags- + Kostenanalyse Abo-DL
Vertrags- + Kostenanalyse Adresseinkauf/-miete
- **Datennutzung /-haltung - Audit** Kundenstruktur-
/Kundenwert-/Kündigeranalyse
- **Prozess- u. Technologie-Audit**
Analyse + Dokumentation aller Dialogprozesse
- **Dialog-Optimierung**
Betreuung Projekt „Microsoft Advantage Club“
Betreuung Projekt „Buchhandelskonzept“
Betreuung des Migrationsprozesses der Alt- Systeme zum
dialog-optimierten DW
Betreuung Outsourcing Marketing-DB

Ergebnisse

- Erfolgreicher ABO-Dienstleisterresearch – und Evaluierung inkl. Migration -> Reduzierung der Aboverwaltungskosten um ca. 20 %
- Erfolgreicher Aufbau einer qualitativ hochwertigen Marketingdatenbank inkl. komplexer Selektionen (DataMining und OLAP)
- Kostenreduzierungen in den Kampagnen durch Zielgruppenoptimierungen (Erhebungsbögen und Kampagne: Leserbefragung) -> z.B. Minimierung der Kündigerquote um 25%
- Vollständige Dokumentation aller am Dialogmarketing beteiligten Systeme, Daten und Prozesse
- Erfolgreiche Dialogkampagnen mit dem Partner „Microsoft“ und dem Buchhandel für Akquise von Neu-Abonnenten und Erhöhung des Cross-Selling-Potenziales

Kontakt Daten

mende*concepts*

Ithres-Marion Mende
Mattseestr. 9a
81827 München

Tel: + 49 / 89 / 81 30 93 01

Mobil: +49 /176 / 99 08 75 96

Email: i.mende@mende-concepts.com

Web: www.mende-concepts.com

XING: www.xing.com/profile/IthresMarion_Mende

m m c