



CRM-Expo 2004 Beraterstand CRM-Expert-Site

Integrierte Aktionssteuerung

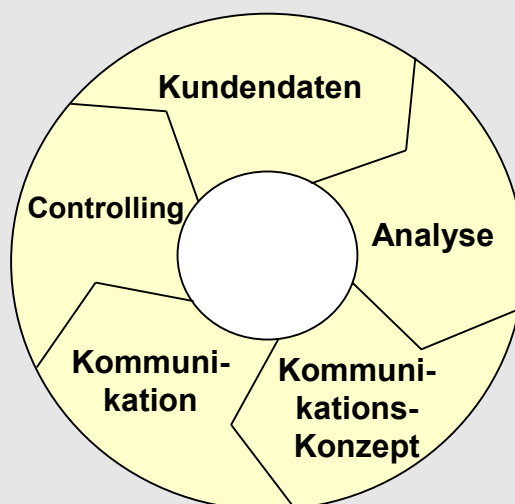
Steinschleuder oder Autopilot

Uwe Weinreich
Weinreich Unternehmensberatung GmbH
Oldenburg

[Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · http://weinreich.com](http://weinreich.com)



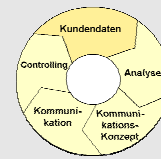
Closed Loop = geschlossener Kreislauf



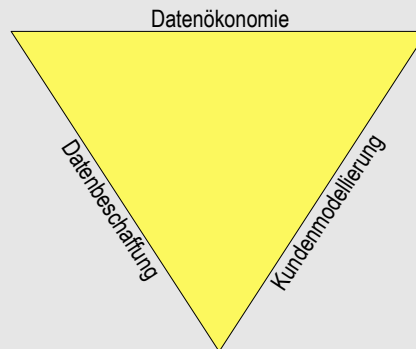
[Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · http://weinreich.com](http://weinreich.com)



Daten: Das instabile Dreieck



Welche Daten haben wir bzw. können wir bekommen?



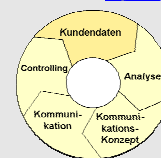
Welche Daten können wir auswerten?

Welche Daten brauchen wir?

Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>



Wissen über Kunden durch

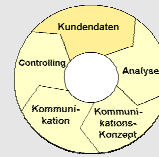


- Analyse der bestehenden Kundendatenbank
- Interviews mit Vertriebs- und Servicemitarbeitern
- Kundenbefragungen
- Kundenworkshops
- Focus Gruppen
- Beschwerdenanalyse
- Intimacy-Studien
- Veröffentlichungen
- Datenanreicherung
- Datamining
- Indirekt, retrospektiv, verhaltensrelevant, datenabhängig
- Individuelle Färbung, indirekt, retrospektiv und prospektiv
- Direkt, quantitativ, einstellungsrelevant, unidirektional
- Direkt, qualitativ, einstellungsrelevant, bidirektional
- s.o
- Indirekt, retrospektiv, selektiv
- Direkt, verhaltensrelevant
- Indirekt, datenabhängig
- Indirekt, datenabhängig
- Indirekt, verhaltensrelevant, prospektiv

Mehr unter: <http://kundenanalysen.com>

Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>

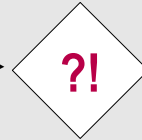
Vorteile der Kundenmodellierung



Zahnpasta
Windeln
Nylonstrümpfe
Butter
Bier
TV-Zeitschrift
Schokoriegel

Verwendbarkeit prüfen
- Datenkonsistenz
- Zusammenführen
Daten anreichern:
- Standort
- Wochentag

Modellbildung
„Training“



Wenn Samstag
+ Bier + Windeln
+ TV-Zeitschrift,
dann auch
Fertigpizza
(52% Wahrsch.)



Pizza anbieten

Datenbank
Datawarehouse

Datenextraktion
und Aufbereitung

Analyse
(Entscheidungsbäume,
neuronale Netze, etc.)

Profil und Wahr-
scheinlichkeiten

Cross- /
Up-Selling

Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>

Analyse-Beispiel: Autoforum im Internet

mit freundlicher Genehmigung von STATISTICA



Reviews 1 - 5 (214 Reviews Total)

Reviewed by: [Theoloco](#), from Vacaville, CA

Model/Year: Acura TL Type S

Price Paid: \$28000 at

Owned: 1989 Honda S after a few months leather cracked and rest stored twice times replaced from the sideview. The on these TL.com or The line this car is

Strengths: Engine

Weaknesses: Transmission stay closed, S

Similar Products: 1997 Acura C

TM results: Acura_32TL.sta

Number of documents: 302v by 178c

Number of selected: 4

Number of unselected: 5

Statistic for occur: Frequency

Binary frequer

Word: car, acura, great, seat, good, transmission, sedan, luxury, plastic, cheap, sport, time, start, mercedes, squeak

Importance plot*

Dependent variable: Overall Rating

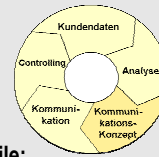
Word	Importance (Chi-square)
problem	18
can	14
replace	14
radio	12
noise	12
quiet	12
fit	10
poor	10
comfort	10
want	10
transmission	10
sedan	10
luxury	10
plastic	10
cheap	10
sport	10
time	10
start	10
mercedes	10
squeak	10

Unstrukturiert

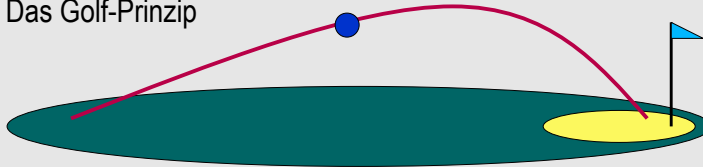
Strukturiert

Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>

Ballistik versus Flexibilität



Das Golf-Prinzip



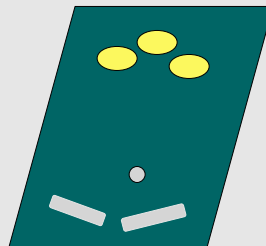
Vorteile:

- gut planbar
- leicht durchführbar

Nachteile:

- hohe Streuverluste
- schlecht steuerbar

Das Flipper-Prinzip



Vorteile:

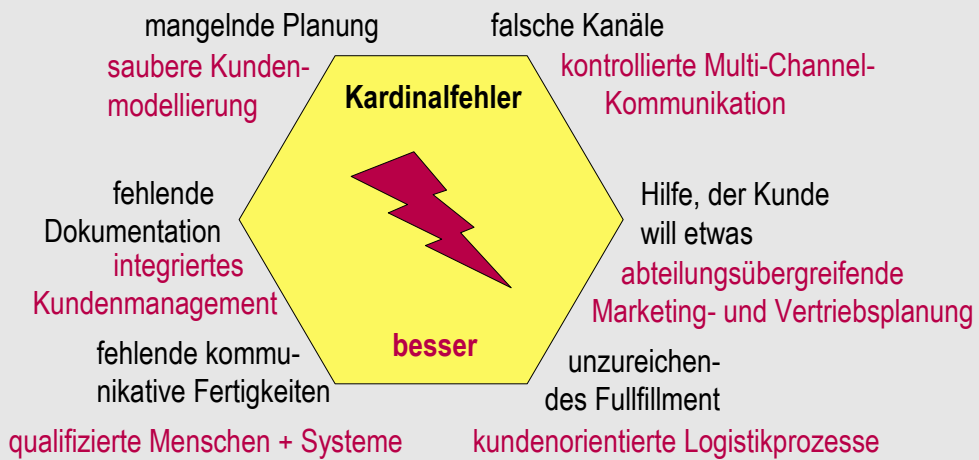
- gut steuerbar
- zielgenau

Nachteile:

- folgt nicht Produktzyklen

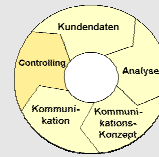
Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>

Die Kunst der Kommunikation oder: Geben Sie auch Seminare für Kunden?



Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>

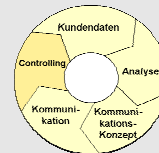
Zurück zu den Daten



- Response-Quoten
- Response-Qualität
- Kundeninformationen
- Verkaufsmuster
- Anforderungen
- Marktveränderungen

Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>

Performance Indicators and Objectives mit freundlicher Genehmigung von REGWARE (Piano)

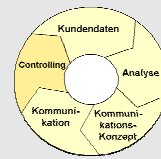


BCS-VERWR 1.0.8 - ara9 [scheffel] - Gebiet 102 [Gemeinhardt] - [101] Geb Funktion - Kundenkontakt (Jan. 2004)					
Datei - Auswertungen - Fenster - Hilfe					
Öffnen - Schließen - Alle Schließen - Refresh - Export - Drucken - HTML-Export - Zurück - Vorwärts - Einstellung - Jan. 2004					
Vertriebsstruktur	Gew.		Index	+/-	
Demo-Firma Gesamt	100,00		95,17	3,17	
Region 100 [Schiefel]	100,00		91,71	3,29	
Gebiet 105 [Freundlich]	100,00		99,64	2,46	
Parameterstruktur	Gew.	Ist-Wert	Ziel-Wert	Index	+/-
Außendienst-Produktivität	66,41			109,79	3,27
Kundenkontakt	97,42			110,46	3,75
Anzahl Verordner-Besuche pro Jahr	1,32	2.426,58	2.882,25	60,16	-21,28
Anzahl Verordner-Besuche pro Quartal	1,32	693,57	721,02	90,32	0,00
Anzahl Verordner-Besuche pro Monat	1,32	14,64	239,73	60,00	-12,73
Durchschnittliche Anzahl Verordner-Besuche pro Tag	1,59	29,24	16,47	140,00	0,00
Anzahl Apotheken-Besuche pro Jahr	1,32	484,95	640,50	60,00	0,00
Anzahl Apotheken-Besuche pro Quartal	1,32	186,66	161,04	140,00	0,00
Anzahl Apotheken-Besuche pro Monat	1,32	1,83	53,07	60,00	-80,00
Durchschn. Anzahl Apotheken-Besuch pro Tag	1,59	5,84	3,66	100,00	0,00
Anzahl Sonstige Kontakte pro Jahr	1,32	40,76	189,06	60,00	-79,00
Anzahl Sonstige Kontakte pro Quartal	1,32	10,19	47,27	60,00	0,00
Anteil Feld-Tage an Gesamt-Arbeitstagen (%)	1,32	115,11	155,55	60,00	0,00
Besuchs-Frequenz Zielverordner A	1,59	9,15	14,64	60,00	0,00
Besuchs-Frequenz Zielverordner B	1,59	5,92	10,98	60,00	0,00
Besuchs-Frequenz Zielverordner C	1,59	4,44	7,32	68,51	-6,90
Demo-Firma Gesamt - Umsatz RPM pro Jahr (€)	1,32	972.655,98	894.860,85	134,77	-2,29
Demo-Firma Gesamt - Umsatz RPM pro Quartal (€)	1,32	257.651,19	257.336,43	100,49	0,00
Demo-Firma Gesamt - Umsatz RPM pro Monat (€)	1,32	88.798,85	51.854,88	140,00	5,96

Weinreich Unternehmensberatung GmbH · Oldenburg · <http://weinreich.com>



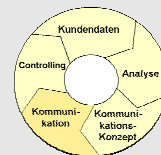
Lohnt es sich?



- Direktmarketing: Response-Quoten konventioneller Kampagnen sind im Sinkflug
- Höhere Effizienz durch zielgenauere Ansprache
- „Spam“ ist *die* Antiwerbung der Zeit, zielgenaues Marketing besitzt hohe Akzeptanz
- Ansprache nicht mehr produkt- sondern kundengesteuert: höhere Verkaufswahrscheinlichkeit



Die schwierigste Aufgabe braucht keine Technik !



In einer **Fünftelsekunde** kannst Du eine Botschaft rund **um die Welt** senden.

Aber es kann **Jahre** dauern, bis sie von der Außenseite eines Menschenschädels **nach innen** dringt.

Charles F. Kettering
General Motors Research Corporation

