

Marketing Analysis Framework

Höhere Marktintelligenz zur Steigerung der Wirksamkeit von Marketing und Produktentwicklung

Herausforderung

Im Small- und Medium-Business-Segment (bis 50 Mitarbeitende und 50 bis 1000 Mitarbeitende) stehen Umsatz und Gewinn pro Kunde hohen Kosten für die Neukundengewinnung gegenüber. In der Akquise müssen deshalb möglichst viele potenzielle Kunden erreicht werden und die dabei verwendeten Massnahmen vergleichsweise geringe Durchschnittskosten aufweisen. Eine wichtige Marketingmassnahme zur Gewinnung von Neukunden bei Sage Schweiz AG sind Direct Mailings per persönlich adressierte Briefe. Da keine präzisen und aktuellen Informationen der Attraktivität von Marktsegmenten existieren, erfolgte der bisherige Versand mit einem hohen Streuverlust.

Ziel

Ingo Sievers, Director Strategic & Corporate Marketing bei Sage hat sieber&partners beauftragt, ein Modell zu entwickeln, das bessere Entscheidungsgrundlagen als die bisher verwendeten liefert, um die erfolgversprechendsten Marktsegmente zu identifizieren. Der Aufwand für die Entwicklung und Pflege des Modells musste durch zukünftige Kosteneinsparungen im Marketing und Sales zu rechtfertigen sein.

Vorgehen für eine Marketing Analysis Framework

Das Vorgehen umfasste folgende Schritte:

- Entwicklung eines Modells zur Bewertung der Marktsegmente (Marketing Analysis Framework)
- Operationalisierung des Modells, damit Sage selbständig aktuelle Marktdaten integrieren, Marktsegmente bewerten und Ergebnisse interpretieren kann
- Nutzwertanalyse zur Verfügbarkeit und zur Nützlichkeit externer und interner Markt- und Produktinformationen zur praktischen Umsetzung des Modells
- Kostenschätzung für Umsetzung des Marketing Analysis Frameworks sowie Return on Investment-Prognose
- Proof of Concept anhand ausgewählter Testsegmente und anschliessende Feinkalibrierung der Parameter des Frameworks
- Produktiver Einsatz des Frameworks bei Sage

Resultat und Nutzen

Resultat

Das Management und das Produktmarketing verfügen über ein Marketing Analysis Framework auf Basis von Excel und eine ausführliche Dokumentation zur selbständigen Anwendung des Frameworks.

Nutzen

Mit dem Marketing Analysis Framework ist es Sage gelungen, seine Marktintelligenz zu steigern: Mit dem Marketing Analysis Framework

- wird Transparenz für die Verantwortlichen im Produktmarketing geschaffen und aufgezeigt, wie sich die unterschiedlichen Marktsegmente entwickeln und auf welche Segmente der Fokus zu legen ist.
- berücksichtigen die Verantwortlichen im Produktmarketing die Bedürfnisse attraktiver Marktsegmente prioritär bei der Produktentwicklung.
- können die Streuverluste beim Massenversand von persönlich adressierten Briefen (Direct Mailings) zukünftig reduziert werden.

„Das Marketing Analysis Framework hat wertvolle Aha-Effekte über die Attraktivität von Segmenten ausgelöst, die in die Marketingaktivitäten und Produktentwicklung einfließen. Ich bin zuversichtlich, dass wir damit ein Werkzeug haben, um die Wirkung unserer Neukundengewinnungsmassnahmen langfristig zu steigern.“ Ingo Sievers, Sage Schweiz AG

Ihr Weg zum Erfolg

Norman Briner, Leiter Geschäftsfeld Market Intelligence, erwartet Ihre Anfrage und präsentiert Ihnen gerne den Wert dieser Leistung für Sie.



Norman Briner
Leiter Market Intelligence

E-Mail: nb@pascal-sieber.ch

Mobil: 078 720 01 47

Web: www.sieberpartners.ch