

360°CUSTOMERPROFILER®

MARKT- UND KUNDENSEGMENTIERUNG ZUR MESSBAREN PERFORMANCESTEIGERUNG

*Mit unserem Segmentierungsansatz richten Sie Ihre Organisation gezielt auf den Markt und die Kunden aus. Der einzigartige Blick von 360°CUSTOMERPROFILER auf Ihre (potenziellen) Kunden unterstützt Sie durchgängig in der gesamten Marktbe-
arbeitung: von der Strategiedefinition bis zur Umsetzung konkreter Massnahmen in Marketing, Vertrieb, Media, Kommunikation, IT und Entwicklung von Produkten und Services.*

Herkömmliche Markt- und Kundensegmentierungsmodelle sowie Personas lassen in der Omnichannel-Welt viele Fragen unbeantwortet. So zum Beispiel: Wie erreiche ich effizient und effektiv meine (potenziellen) Kunden in ihrem Kauf- und Entscheidungsprozess (Customer Journey)? Über welche existierenden und neuen Off- und Online-Touchpoints baue ich eine Beziehung auf und pflege sie?

Wie sich unser Segmentierungsmodell unterscheidet

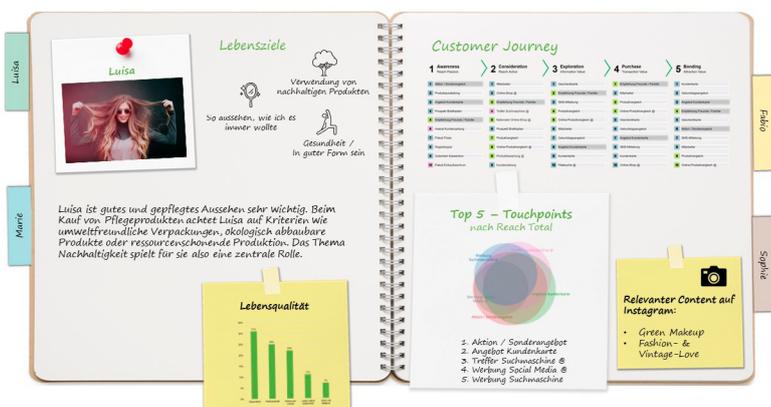
Für die Segmentbildung unterziehen wir Bestandskunden sowie Nicht-Kunden einer Analyse. Dabei untersuchen wir vertieft den Kaufkontext: das Informations- und Kaufverhalten sowie die Kaufauslöser (Trigger). Um die Kunden ganzheitlich zu verstehen und in ihre Welt einzutauchen, erfassen wir darüber hinaus Werte und Einstellungen, Interessen, Erwartungen, Präferenzen sowie die Soziodemografie. Auf dieser über Befragung erhobenen, umfassenden Datengrundlage erarbeiten wir mit Ihnen validierte homogene Zielgruppenprofile – stets unter dem Aspekt der ökonomischen Relevanz.

360°CUSTOMERprofiler

Markterfolg dank klarem Zielgruppenfokus, Positionierung und intelligenten Innovationsmanagement.

Für eine verbesserte Ausschöpfung des Absatzpotenzials und die Erschliessung neuer Märkte:

- Etablieren eines klaren Zielgruppenfokus in der Organisation – in Marketing, Vertrieb, Media, Kommunikation, Service, IT bis Entwicklung
- Ausgestaltung herausragender Kundenerlebnisse (Customer Experience) sowie gezielter Kaufimpulse
- Schärfung der Positionierung sowie Differenzierung im Markt
- Segmentgerechte Ausgestaltung und Entwicklung von Produkten, Services, Innovationen



Einheitliche Kundenorientierung im Unternehmen verankern

Unsere Segmentierung bildet das Fundament, um Ihre Organisation gezielt auf den Markt bzw. die Kunden auszurichten – sei es im B2C oder B2B.

Wie Sie Segmentierung in der digitalen Transformation unterstützt

Die digitale Transformation treibt alle Unternehmensbereiche um. Eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit scheidet vielfach an mangelhafter interner Kommunikation und einem unterschiedlichen Kundenverständnis. Über den Erarbeitungsprozess der Zielgruppen stärken wir die interne Vernetzung und etablieren einen einheitlichen 360°-Blick auf den Kunden im Unternehmen. So ermöglichen wir u.a. eine erfolgreiche Verzahnung von On- und Offline-Kommunikations- sowie Vertriebsmassnahmen.

Vernetzt messen und integriert steuern

Um Markt- und Kundenpotenziale erschliessen zu können, kombinieren wir modernste Analytik und Szenario-Technologie für die Anforderungen der heutigen Omnichannel-Welt. Algorithmus-basiert berechnen wir für jedes strategische Zielgruppenprofil den optimalen Multichannel-Mix (siehe dazu auch unser Factsheet 360°TOUCHPOINT) – sei es für die Neukundengewinnung oder das Kundenbeziehungsmanagement.

Ergänzende Module

SCENARIOengine	BUDGETOptimizer
Zur Ermittlung des optimalen Multichannel-Mixes für jede Zielgruppe	Für einwirkungsorientierte Budgetallokation und ROI-Maximierung

DER SCHLÜSSEL ZU IHREN BESTANDSKUNDEN, POTENZIELLEN NEUKUNDEN SOWIE ZUKUNFTSKUNDEN:

- Wertewelt: Einstellungen und Wertesystem, Interessen, Erwartungen an Produkte/ Services, Markenpräferenzen
- Informations- und Kaufverhalten: Customer Journeys für die Kundengewinnung und das Kundenbeziehungsmanagement, inklusive Kaufauslöser, Frequenz, Konsumausgaben
- Soziodemografie: für die Marktbearbeitung relevante Merkmale wie Alter, Geschlecht, Wohnort, Haushalt

Mittels hierarchischer Clustering-Algorithmen identifizieren wir aussagekräftige und trennscharfe Zielgruppenprofile und gewichten sie nach ihrer ökonomischen Relevanz.

Für jedes Profil kann der optimale Multichannel-Mix ermittelt werden – on- und offline für Owned-, Paid- und Earned-Touchpoints.

Accelerom AG

Wir sind ein international tätiges Beratungs- und Forschungsunternehmen und unterstützen Firmen im B2C- und B2B-Geschäft in ihrer Omnichannel-Marktbearbeitung erfolgreicher zu werden. Unsere Auftraggeber begleiten wir von der Analyse über die Entscheidungsfindung bis hin zur Umsetzung von Strategien und Kampagnen. Unsere Lösungen sind immer ganzheitlich, immer messbar und immer fokussiert auf Wirkung und Wirtschaftlichkeit.

Praxisbewährt: Unsere Methoden und Instrumente für die Erfolgssteuerung der Marktbearbeitung haben sich seit über zehn Jahren in mehr als 50 Ländern bewährt.

Qualifiziert innovativ: Unsere einzigartigen, algorithmusbasierten Analysemodule wurden im Rahmen von Forschungsinitiativen (Innosuisse) mit Partnern aus der Wissenschaft weiterentwickelt.

Wissenschaftlich validiert: Unsere 360°TOUCHPOINT®-Methodik wurde durch das IKMZ der Universität Zürich wissenschaftlich validiert.