



In vier Schritten zu neuem Wachstum

In vier Schritten zu neuem Wachstum
Der Umsatz soll steigen, das Wachstum stabil bleiben: Neue Kunden müssen her. Nach diesem einfachen Dreisatz handeln viele Unternehmer - und vernachlässigen dabei eine Zielgruppe, für die sie nur ihre Bücher aufschlagen müssten: die ehemaligen Kunden. Sie zu reaktivieren kann den Umsatz nach oben schnellen lassen. Und mit dem richtigen Handwerkszeug ist das auch gar nicht so schwer, wie die IT Excellence Group aus Stuttgart zeigt. Sie berät Firmen erfolgreich bei der Kundenrückgewinnung - und wappnet sie dabei für einen der größten Veränderungsprozesse im Konsumentenverhalten, den es seit Jahrzehnten gegeben hat. "Es gab niemals eine bessere Zeit, Kunde zu sein - oder eine forderndere Zeit, um Kundenbeziehungen zu managen." Dieses Zitat des ehemaligen Deutsche-Bank-Managers Alfred Herrhausen (1930-1989) ist zwar schon ein paar Jahre alt, hat aber an Aktualität nichts eingebüßt. In Zeiten, in denen Kommunikation durch Neue Medien und soziale Netzwerke immer schneller, aber auch immer komplexer wird, sind gerade die langfristigen Kundenkontakte von großem Wert. Das erkennen immer mehr Unternehmen und setzen den Hebel bei denjenigen Kunden an, die scheinbar gar keine mehr sind: Ehemalige Kunden, die schon seit geraumer Zeit nicht mehr aktiv sind, deren Daten aber immer noch im Firmenrechner schlummern. Diese Kunden sind weitaus mehr als Kartelleichen, wie auch eine repräsentative Studie von Wirtschaftsstudenten der Universität Darmstadt zeigt: 61 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, in der Wiedergewinnung verlorener Kunden aktiv zu sein. Und 51 Prozent erklärten, dass die Kundenrückgewinnung weniger Kosten verursache als die Neukundengewinnung. Darüber hinaus macht die Studie ein hohes Rentabilitätspotential aus, das jedoch häufig nicht erkannt und genutzt werde. Wieso ist der Kunde überhaupt inaktiv? So weit die schöne Theorie. Aber wie funktioniert Kundenrückgewinnung in der Praxis? "Wir haben ein vierstufiges Modell entwickelt, das nicht nur kurzfristigen, sondern nachhaltigen Erfolg bringt", erklärt Siegfried Fitzel, Geschäftsführer der IT Excellence Group aus Stuttgart. Sein Unternehmen hat sich auf Lösungen zur Stärkung des gesamten Vertriebs- und Marketingprozesses spezialisiert - nicht nur auf der Software-Ebene, sondern auch in beratender und begleitender Funktion. "Damit freuen sich unsere Kunden über zusätzliche Erträge, die die nötigen Investitionen um mehr als das Dreifache übersteigen", erklärt Fitzel weiter. Ganz am Anfang steht die Frage: Wieso ist der Kunde überhaupt inaktiv geworden? Ist das Kundenverhalten die Ursache, hat sich also am Konsumverhalten etwas geändert? Oder hat sich das Angebot des Unternehmens so verändert, dass es nicht mehr zu den Anforderungen der Konsumenten passt? Sind diese Fragen geklärt, heißt der erste Schritt der Kundenrückgewinnung "Identifizieren". Dabei geht es um das zielgerichtete Sichten der Kundendaten. Welche Kunden gibt es? Was haben sie zuletzt gekauft? Lohnt sich eine Reaktivierung? Im zweiten Schritt, dem "Segmentieren", wird vom zuvor ermittelten Kundenstamm ein vollständiges Profil erstellt. "Innerhalb dieses Profils werden die Kunden in verschiedene Gruppen eingeordnet", erklärt Markus Eilers, ebenfalls Geschäftsführer bei der IT Excellence Group. "Am Ende lässt sich daraus unter anderem ableiten, ob die Unternehmensstrategie noch zu den aktuellen Marktanforderungen passt." Passgenaues System
Schließlich geht es daran, die Kunden zurückzugewinnen. Das kann auf den unterschiedlichsten Wegen erfolgen - hier hilft ebenfalls die Segmentierung: "Junge Kunden zum Beispiel erreicht man besser über die sozialen Netzwerke", sagt Fitzel. "Bei älteren ist Offline-Werbung erfolgreicher." So wird mit Hilfe der IT Excellence Group für jedes Segment eine passgenaue Rückgewinnung entwickelt, deren Resultat im vierten und letzten Schritt, der Erfolgskontrolle, genau analysiert wird. Dieses System eigne sich vor allem für Konsumgüterhersteller, Vertriebsunternehmen, Retailer oder Online-Versandhäuser - "Unternehmen mit starkem Bezug zum Endkunden", so Eilers. Den Markt verstehen
"Uns geht es um Nachhaltigkeit", führt Eilers aus, "wir erstellen nicht einfach ein Konzept und lassen das Unternehmen dann damit alleine, sondern bleiben für unseren Auftraggeber ein zuverlässiger Partner. Wir bieten Beratung und Betreuung, die weit über die technischen Aspekte der Datenanalyse und -verwertung hinausgeht. Wir können nicht nur programmieren, wir verstehen auch den Markt." Dies bestätigt Thomas Buchegger, Marketing-Chef des Unternehmens: "Bis zu 30 Prozent Umsatzsteigerung lassen sich so aus der Kundenbasis heraus erzielen. Ein traumhafter Wert." Die IT Excellence Group mit Sitz in Waiblingen bei Stuttgart ist seit 14 Jahren am Markt. Sie hat sich auf das Thema Kundenmanagement spezialisiert, insbesondere im Direktvertrieb und Onlinehandel. Sie bietet Lösungen zur Stärkung des gesamten Vertriebs- und Marketingprozesses. 105 Mitarbeiter betreuen derzeit 94 Kunden. www.it-excellence-group.com IT EXCELLENCE Group GmbH
Schüttelgrabenring 3
71332 Waiblingen
T 07151 944 21 44

Pressekontakt

runtime

71332 Waiblingen

Firmenkontakt

runtime

71332 Waiblingen

runtime stellt als führende Technologieberatung im Bereich Cloud Computing Gesamtlösungen zur Optimierung von Vertrieb und Marketing bereit. Die Unterstützung reicht hierbei von der strategischen Beratung über die technische Begleitung bis zum Betrieb der fertigen Lösung als Managed Service. runtime ist Microsoft Gold Partner, setzt schwerpunktmäßig auf Microsoft Dynamics CRM und Windows Azure basierende Lösungen und implementiert on top selbstentwickelte Lösungen, Services und Apps. runtime ist Cloud Accelerate Partner, Windows Azure Circle Member, Teil des Insider Programmes und Mitglied in zahlreichen Microsoft Gremien und außerdem Mitglied im Branchenverband BITKOM und dem Innovationsnetzwerk bw.con. Seit mehr als 13 Jahren unterstützt runtime als Beratungs- und Lösungshaus seine Kunden bei der Qualifizierung und erfolgreichen Einführung von Technologie und softwaregestützten Geschäftsprozessen. Das Unternehmen mit Hauptsitz im Raum Stuttgart sieht sich mit seinen ca. 70 Mitarbeitern dabei sehr stark als Erfolgslieferant und versteht die Erwartungshaltung und Anforderungen seiner Kunden als wichtigsten Benchmark. Dieses Konzept ist mehrfach ausgezeichnet worden, zuletzt mit dem Cloud Excellence Award (2011), dem Best ecpand Partner Award (2012) und dem Cloud4Society Award (2012). runtime baut zur Verwirklichung von Lösungen und Systemen sehr stark auf Microsoft Technologie und die Microsoft

Online-Services und Plattformen. Darauf entstehen Lösungen für Vertrieb, Marketing, Engineering und Service, die im täglichen Leben und Arbeiten einen messbaren Mehrwert liefern. Ausführliche und aktuelle Informationen zu runtime finden Sie online unter: <http://www.runtime.de>