



Mit Customer Insights Performancepotenziale in der Marktbearbeitung erschliessen

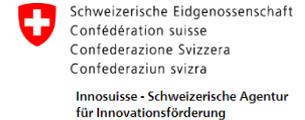
GS1 Solution Partner Event

Donnerstag, 29. September 2022

Über uns

Wir sind ein international tätiges Beratungs- und Forschungsunternehmen und unterstützen Firmen im B2C und B2B, in ihrer Omnichannel-Marktbearbeitung erfolgreicher zu werden.

- **Praxisbewährte Methoden und Instrumente für die Erfolgssteuerung:** Mehr als 10 Jahre in über 50 Ländern
- **Qualifiziert innovativ:** Algorithmus-basierte Analysemodule, entwickelt in zwei Forschungsinitiativen (Innosuisse)
- **Wissenschaftlich validiert** durch IKMZ



Herausforderungen in der Marktbearbeitung

Über 200 Touchpoints

Bereits mittelgroße Unternehmen managen heute weit über 200 Touchpoints.

17 Touchpoints

Im Durchschnitt kommt jeder Kunde, der ein Produkt kauft, mit 17 Touchpoints in Kontakt.

6 von 10 richtig getippt

Nur sechs von zehn Touchpoints werden vom Unternehmen (inside-out) deckungsgleich mit der Kundensicht (outside-in) eingeschätzt.

Unsere ganzheitliche Erfolgssteuerung

1. Zielgruppen / Persona



2. Customer Journeys



3. Optimaler Multichannel-Mix

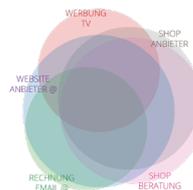


4. Wirkungsorientierte Budgetallokation



1 Awareness	2 Consideration	3 Exploration	4 Purchase	5 Bonding
Werbung TV	Search Engine	Direct Mail	Direct Mail	Direct Mail
...

AWARENESS	96.1%
CONSIDERATION	84.6%
EXPLORATION	74.0%
PURCHASE	68.2%
BONDING	77.8%



BUDGET OPTIMIZER			
BUDGET INFORMATION	TOUCHPOINTS	FREQUENCY	TOTAL COSTS
Given Budget	2000000	CHF	23 000 CHF
Allocated Budget	1 983 000	CHF	300 000 CHF
Residual Budget	17 000	CHF	345 000 CHF
Cost List			725 000 CHF
TAM	76.8%		590 000 CHF
Gross Reach			370
Gross Response			560

Wie die Customer Journey der Zielgruppe aussieht

Über welchen Mix die Zielgruppe am besten erreicht wird

Wie die Wirkung der Investitionen maximiert wird

Mit welchem Touchpoint-Mix erreiche ich am meisten (potenzielle) Kunden?



JOURNEY METRICS

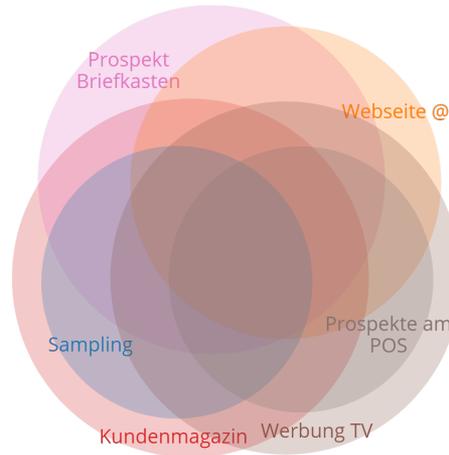
Awareness
Reach Passive **80.9%**

Consideration
Reach Active **64.2%**

Exploration
∅ Information Value **64.9/100**

Purchase
∅ Transaction Value **58.8/100**

Bonding
∅ Attraction Value **62.8/100**



MIX METRICS

TAM
Total audience measure **91.3%**

Average number of
Touchpoints per person **3.2**

Affinity (Y)
Reference: (A) Total **84.9**

TOUCHPOINTS 6

- 1 Kundenmagazin
- 2 Prospekt Briefkasten
- 3 Webseite @
- 5 Sampling
- 6 Werbung TV
- 7 Prospekte am POS

Mit welchen Touchpoints kann ich die Kontakthäufigkeit weiter erhöhen?



	Touchpoint-Mix	Next Best
<p><u>Touchpoint List</u></p> <p>Touchpoints in alphabetischer Reihenfolge</p>	<p>Kundenmagazin Prospekt Briefkasten Prospekte am POS Sampling Website @ Werbung TV</p>	<p>Aufsteller Degustation Kundenmagazin Prospekt Briefkasten Regalstopper Produktverpackung Sampling Website @ Werbung TV Werbung ÖV</p>
<p>Mix Metrics</p> <p>Total Audience Measure</p> <p>Touchpoints per Person</p>	<p>95.9%</p> <p>4.2</p>	<p>98.1%</p> <p>5.6</p>

Algorithmusbasierte Ermittlung von zusätzlichen Touchpoints

Die Touchpoints per Person erhöhen sich um 1.4

Wie wir für Sie Wert schaffen

- Ganzheitlich und kundenindividuell - Owned, Paid, Earned sowie analoge und digitale Touchpoints mess- und vergleichbar machen
- Über den Tellerrand resp. das eigene Ecosystem hinausschauen: Blick auf Nichtkunden und Mitbewerber
- Konkrete Umsetzungslösungen direkt in den Geschäftsalltag übersetzen
- Messen, verknüpfen und optimieren: Dank «smarter Simplifizierung» mit unseren Optimierungsalgorithmen bis zu 30% Performancepotenzial erschliessen.



Christoph Spengler

Managing Director

christoph.spengler@accelerom.com

Accelerom AG

Technoparkstrasse 1

CH-8005 Zürich, Schweiz

www.accelerom.com

Phone +41 43 205 29 18