Implementierung eines neuen Customer Relationship Managements für einen Energiedienstleister.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
▪ Deregulierung des Strommarktes ▪ Neue Strommarken drängen mit großem Werbeaufwand in den Privatkundenmarkt ▪ Starker Anstieg der Ausgaben für klassische Kommunikation ▪ Enorme Wettbewerbs-intensität mit massiven Strukturveränderungen und Marketing-investitionen für große Anbieter	▪ Strategische Neupositionierung ▪ Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung ▪ Weiterführung der konsequenten Marktausschöpfung bei bestehenden und neuen Kunden ▪ Verbesserung der Effizienz und Effektivität von Marketing-/Verkaufs-prozessen ▪ Weitere Diversifizierung in profitable Dienstleistungsbereiche ▪ Ausbau regionaler Kooperationen	▪ Zielgruppenanalyse und -segmentierung ▪ Kommunikationsanalyse ▪ Ableitung und Formulierung von konkreten Marketingzielen (KPIs) ▪ Erstellung einer Marken- und Kommunikations-strategie ▪ Entwicklung eines Akquisitions- und Kundenbindungs-programms ▪ Entwicklung eines Marketingbudgetplans ▪ Erarbeitung eines Schnittstellenkonzepts ▪ Aufbau eines Database Managements	▪ Aufbau einer eigenständigen Marke ▪ Integration einer ganzheitlichen Unternehmenskultur ▪ Neuausrichtung interner Marketingprozesse und -strukturen ▪ Integration und Vernetzung der bestehenden Marketingaktivitäten ▪ Differenzierte Zielgruppensegmentierung ▪ Aufbau einer integrierten Kundendatenbank (potenzielle und bestehende Kunden) ▪ Neue Akquisitions- und Kundenbindungsstrategie

BBDO CONSULTING

© Copyright BBDO Consulting