

Die 7 Schätze des Database Marketings:

Eine sehr wirksame Methode, um aus Massenmarketingaktionen - wie eine Postwurfsendung- ein Dialogmarketing zu machen, ist das Database Marketing. Damit haben Sie ein starkes Tool zu Hand, um langfristig Umsatzerfolge und -steigerungen zu erzielen und zu halten.

Die 7 Schätze des Database Marketings (DBM) sind die folgende:

1) Customer Insight:

Dadurch das Sie nicht nur die Adresse des Kunden / Interessenten haben, sondern zum Beispiel auch alleine über Geomarketing Variablen Aussagen über die Person, die hier lebt, machen können kann Ihnen wertvolle Zusatzinformationen liefern. (Kaufkraft, Lebensstil, Produktaffinitäten, usw.)

Ein weiterer wichtiger Teilbereich des Customer Insights ist die Customer Data Integration, also die Zusammenführung von bisher nicht erkannten Doubletten, die nicht nur phonetisch ähnlich erkannt werden und die allgemeine Datenbereinigung.

Kundenverhalten sollte zur späteren Analyse und Projektion in die Zukunft an den Kundendatensatz, unter Beachtung der Datenschutzrichtlinien, angehängt werden können.

2) Flexibilität:

Datenbanken zeichnen sich im allgemeinen durch eine hohe Flexibilität aus, ein einfaches Flatfile ist starr. Bei der Datenbank können Sie alle Punkte die Sie interessieren in Verbindung bringen und untersuchen. Einer Datenbank kann man Fragen stellen, deswegen hat jemand seinem Datenbanksystem einmal den Namen Oracle gegeben. (Frage das Orakel!!) Es kommt halt darauf an, die richtigen Fragen zu stellen. Zudem sollte die Flexibilität Ihres Systems Ihnen erlauben Ihre Unternehmensstrategie zu ändern, ohne eine Umstellung dieser Datenbank. Ihre Strategie bzw. der Wechsel dieser darf nicht durch einen starren Aufbau behindert werden.

3) schlanke Prozesse:

Die Marketingdatenbank darf in Ihrem Unternehmen kein komplexer Prozess sein, der Ihnen eine Menge Aufwand und Planung abverlangt, sondern sollte nach dem Prinzip der "Blackbox" funktionieren. Sie drücken im besten Fall einfach einen Knopf und die Selektion beginnt und liefert Ihnen das Mailingfile mit genau den Kunden / Interessenten, deren Profil auf Ihr Angebot passt.

4) RTI & RTD:

Die Produktion in den meisten Unternehmen wird heute auf Real Time getrimmt. Warum sind Ihre Marketingaktionen nicht auf die "Jetzt-Situation" des Marktes abgestimmt? Ich rede hier nicht von der Strategie, aber den Aktionen. Was spricht dagegen bei einer Überproduktion oder einer Produkterneuerung die Produkte aus den Lagerhallen so schnell wie möglich mit einem gezielten Interessentenangebot abzuverkaufen? Wenn Sie wissen wie Ihre Kunden / Interessenten ticken dann können Sie diese auch in Beinahe "Echtzeit" ansprechen und bewerben. Solche Aktionen sollten innerhalb von 5 Werktagen durchführbar sein, das gibt Ihnen Flexibilität, wie oben gefordert. Also Real Time Information ist die Voraussetzung von Real Time Decisions!!

5) **CPO & CPA:**

Dadurch das Sie gezielte Ansprache der Kunden der möglichen Kunden durchführen und auch die nötigen Informationen besitzen, um gezieltes Cross Selling zu betreiben sinken Ihre Cost Per Order und Cost Per Acquisition!! Sie verkaufen mehr und das lässt Ihre Kosten nicht im gleichen Verhältnis wie Ihre Umsätze steigen, sondern deutlich niedriger!

6) **Multi Channel:**

Sie kennen den bevorzugten Kommunikationskanal Ihrer Kunden? Sie können die einzelnen Kommunikationskanäle während einer Produktneueinführung nahtlos aufeinander abstimmen und das auf unterschiedlichste Weise bei unterschiedlichen Zielgruppen? Durch die Vorabbewertung verschiedenster Zielgruppen und Ihrer Wertigkeit für Ihr Unternehmen können Sie den optimalen Marketingmix für die jeweilige Gruppe auswählen. Das Feedback jeder Kampagne fließt zurück und erlaubt die kontinuierliche Verbesserung.

7) **Lernkurve:**

Durch die Aufbewahrung und Analyse der Kunden- wie auch der Kampagnenhistorie lernen Sie für das nächste Mal. Ihre Aktionen werden besser und schneller. Im Spektrum der Wissenschaft 01 / 2007 beweist Philip E. Ross, das Genialität nicht durch Anlagen, sondern durch stetiges Training zu erzielen ist. Also werden Ihre Marketingaktionen durch ständiges Training und Lernen daraus irgendwann schlichtweg genial!! Was nun eine Marketing Datenbank für Ihr Unternehmen einfach unschlagbar macht ist, das hier nicht nur der einzelne Mitarbeiter lernt, sondern das angehäuften Wissen in Form der Marketing Datenbank bei Ihnen verbleibt, selbst wenn der Mitarbeiter das Unternehmen verlässt. Wissen das Ihnen nicht mehr verloren gehen kann und dadurch einen echten Wettbewerbsvorteil verschafft.

Ich denke, dass die 7 Schätze beweisen, dass in Zeiten gesättigter Märkte und schneller Substituierbarkeit jedes Produktes und jeder Dienstleistung die konsequente Nutzung einer Marketingdatenbank Ihren Umsatz regelrecht boosten kann.