

Ing. Schönberg Christian

Einzelpreis: kostenlos

Softwareentwicklung



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

<http://schoenberg.company>

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Ing. Schönberg Christian

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Database Marketing:

Allgemeines:

Wie die Bezeichnung schon beschreibt, ist Database Marketing eine von der **Informationstechnologie** unterstützte **Marketingform**. Dabei werden detaillierte **Markt- und Kundeninformationen** genutzt. Database Marketing wird einerseits durch **neue Vertriebswege**, wie Online-Banking, Online-Shopping, usw. und andererseits durch verändertes, vor allem rationales und preisbewussteres **Kundenverhalten** gefördert.

Gegenüber früher sinkt aber auch die **Kundenloyalität** und Kunden legen mehr Wert auf **Qualität** und **individueller Beratung**. Auch allgemein geht der Trend vom **Massenmarketing** zum individualisierten Marketing ("**One-to-One-Marketing**").

Für solche maßgeschneiderten Leistungsangebote müssen **Kundenbeziehungen** und **-bedürfnisse** analysiert und ausgewertet werden. Die damit verbundene Strukturierung von **Kundendaten**, um Kundenbedürfnisse zielgerichtet befriedigen zu können, ist die Aufgabe von **Database Marketing**.



Die Definition:

Dabei werden umfangreiche **Kundeninformationen** zur **Planung, Kontrolle** und **Steuerung** von **Marketingaktivitäten** genutzt, die ein maßgeschneidertes **Kunden-Beziehungsmanagement** zur Schaffung von **Kundenzufriedenheit** und Kundenbindung ermöglichen.

Database Marketing ermöglicht es auf individuelle **Kundenbedürfnisse** einzugehen, indem Kundenpotentiale frühzeitig erkannt werden.

Damit können bestehende Kunden gebunden (**Kundenbindung**) und neue Kunden gewonnen (**Kundenakquisition**) werden.

Database Marketing Regelkreis:

- **Analyse und Kontrolle**
- **Zielsetzung** und Zielgruppendefinition
- **Strategie** für weiteres Vorgehen
- **Konzeption** (Einsatz von Medien) und Aktionen
- **Reaktionserfassung**

die Bereiche:

- **Kampagnenmanagement:** dieses umfasst die Planung, Durchführung und Steuerung von Marketingkampagnen. Im Detail beinhaltet dieses auch die Konzeption der Vertriebswege bzw. der Medien (Mailing, e-Mail, Online-Shop, ..), die Auswahl der Zielgruppe und das Responsemanagement, um die Wirksamkeit der einzelnen Maßnahmen kontrollieren zu können.

Die Bereich

Die Schritte

Die Ziele und Vorteile

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

- **Vertriebs- und Marketingcontrolling:** dazu gehören Verkaufsauswertungen, sowie der Abgleich zwischen den durchgeführten Marketing-Aktivitäten und dem vertrieblichen Erfolg. Auch soll ermittelt werden können, wie profitabel bestimmte Produkte und Kundenbereiche sind in Bezug auf Kosten und Erfolg.

- **Customer Relationship Management:** Dieses umfasst genaue Kundenbewertungen, Kundenproblem-bearbeitung, Beschwerdemanagement, sowie daraus folgernd die Unterstützung in Beratung und Vertrieb. In diesem CRM sind auch persönliche Daten von Kunden, Verträge, seines Verhaltens und des Potentials abgebildet. Ein weiterer wichtiger Bestandteil ist eine detaillierte Kundenhistorie.

die Schritte:

1. **Erstellung eines Wunschkundenprofils:** in Bezug auf Interessen, Wohnort, Einkommen, ..

2. **positive Bedürfniskriterien:** die im Vergleich zu Konkurrenten besonders gut erfüllt werden können

3. **Zielgruppen definieren**

4. **Adressquellen** ermitteln und Adressen herausfiltern

5. **mit Adressen Database aufbauen:** neu gewonnene Informationen über Markt, Zielgruppenverhalten und persönliche Daten werden hinzugefügt

6. **Kunden klassifizieren:** in Bezug auf Ertragspotentiale und Erfolgswahrscheinlichkeit. Daraus werden die Prioritäten festgelegt

7. **Einteilung für nachfolgende Marketingmaßnahmen:** in Bezug auf Bedürfnislage, Entscheidungs- und Kaufverhalten

8. **Wünsche und Erwartungen** der Kunden ermitteln

9. **Marketingmaßnahmen:** also Zeitpunkt, Art, Form und Inhalt von Mailings, usw.

die Ziele und Vorteile:

- **Verringerung** der **Streuverluste** durch zielgerichtete Marketingmaßnahmen

- Erhöhung der **Kundenzufriedenheit**

- **Kundenbindung** und langfristige zufriedene Kunden

- bessere Befriedigung der **Kundenbedürfnisse**

FAZIT: Gerade aufgrund der zur Verfügung stehenden **technischen Hilfsmittel**, bietet sich Database Marketing geradezu an und kann viel für eine **Kundenzufriedenheit** und **Kundenbindung** beitragen.

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools und Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.com>