



MULTI-CHANNEL EXCELLENCE :

SO STEIGERN SIE ERFOLG UND EFFIZIENZ IN VERTRIEB UND KUNDENMARKETING

Entscheidungs- und Kaufprozesse von Kunden haben in den letzten Jahren durch die Vielzahl der Informations- und Kommunikationskanäle eine signifikante Änderung erfahren. Die Reise des Kunden, die „customer journey“ durch den Kaufentscheidungsprozess bis zum Abschluss, umfasst heute die unterschiedlichsten miteinander vernetzten und sich gegenseitig beeinflussenden Kundenkontaktpunkte, sogenannten „customer touchpoints“. Diese finden sich überall dort, wo Ihre potentiellen Kunden mit Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten, Marken, Services und Mitarbeitern in Berührung kommen. Neben den herkömmlichen Offline-Interaktionen zählt dazu auch zunehmend die ganze Vielfalt der Online-Aktivitäten. Das gilt für die Kommunikation und Vertriebsbeziehung bei Business-to-Consumer Prozessen in gleichem Maße wie bei Business-to-Business Prozessen.

Eine zusätzliche Komplexität erfahren Vertriebs- und Marketing-Prozesse durch die sogenannten „earned touchpoints“, also unbestimmten und daher nur begrenzt beeinflussbaren Berührungspunkten Ihrer (Wunsch-) Kunden mit Ihrem Unternehmen. Diese haben eine stetig zunehmende Bedeutung in den Entscheidungsprozessen Ihrer (potentiellen) Kunden. Es handelt sich dabei beispielsweise um Beiträge in Blogs- und User-Foren, um Testberichte und um Empfehlungen durch Dritte.

Die Kenntnis der Wirkungsweisen und der Wechselwirkungen einzelner Touchpoints im Kaufentscheidungsprozess bilden die Basis für Ihren Erfolg

Die wichtigsten Touchpoints lassen sich einteilen in:

- Influencing Touchpoints: Woher kommt der eigentliche Impuls bzw. die Idee zum Kauf?
- Pre-Purchase Touchpoints: Phase der Informationssuche, der Entscheidungsvorbereitung – online oder offline.
- Buying Touchpoints: Phase der Entscheidung sowie die mit dem eigentlichen Kauf verbundene Vertriebskanalauswahl.
- Loyalty Touchpoints: Phase der Nutzung, Kundenbindung, Folgeaufträge -und ggf. die Weiterempfehlung an Dritte.

Die genannten Kategorien können dabei jeweils eine Vielzahl verschiedener Elemente, Medien und Vertriebskanäle umfassen.

Das Bewusstsein für die Bedeutung und die entsprechende Professionalität im Management dieser Kundenkontaktpunkte beginnt sich gerade erst zu entwickeln. Unternehmen, die Vertrieb und Marketing bereits nach Multi-Channel-Kriterien aufgestellt haben, agieren i. d. R. signifikant erfolgreicher als Marktteilnehmer, die diese Potentiale für sich (noch) nicht erschlossen haben.

Entscheidend für Ihr erfolgreiches Multi-Channel Management ist es, die richtigen Rückschlüsse aus den Touchpoints Ihrer (Wunsch-) Kunden zu ziehen

Unsere erfahrenen Multi-Channel Experten unterstützen Ihr Management gerne bei der Analyse Ihres Status Quo, bei der Ermittlung Ihrer individuellen Multi-Channel (Excellence) Potentiale sowie bei sämtlichen umsetzungsbezogenen Fragen. Damit schaffen Sie die Voraussetzungen für eine optimierte Steuerung und Zuordnung Ihres Marketing- und Vertriebsbudgets auf die einzelnen (Vertriebs-) Kanäle und Medien-Gattungen – mit entsprechend positiver Wirkung auf Kosten und Vertriebs Erfolg.

Auswahl unserer Einstiegsangebote zu dem Themenfeld Multi Channel Excellence

Quick-Check Multi-Channel-Readiness

In einem eintägigen Workshop erarbeiten wir mit Ihren Fach- und Führungskräften eine umfassende Standortbestimmung. Wir ermitteln dabei Ihre individuelle Multi-Channel-Readiness anhand von Kriterien wie Kundenverständnis, eCommerce Kompetenz, Prozesse und Systeme. Im Ergebnis verfügen Sie über eine erste Standortbestimmung und Ansätze für eine Optimierung.

Multi-Channel-Excellence Inhouse-Seminare

Für Unternehmen, welche sich über die Potentiale von Multi Channel Ansätzen erstmalig informieren möchten und/oder sich Anregungen für ihre Vertriebs- und Marketing-Strategien sichern möchten, bieten wir gerne auf Ihre Bedürfnisse abgestimmte Inhouse-Seminare zu diesem Themenfeld an.

Sind Sie an weiterführenden Informationen interessiert? Bitte benachrichtigen Sie uns, wir werden uns schnellstmöglich bei Ihnen melden. Wir freuen uns über Ihre Anfrage [per Email](#) oder telefonisch unter +49 611 34 11 78 50.

MFB Resultants – Wir liefern Resultate.