

**mobileview**   
one-stop mobile solutions

**CRM-Expo Nürnberg, 09.11.2006**

**Thomas Ruthmann**

# **Mobiles CRM – eine mittelfristige Notwendigkeit**



## Unternehmensdaten



- **Gründung:** Januar 2000
- **Rechtsform:** Aktiengesellschaft
- **Firmensitz:** Hamburg
- **Niederlassungen:** Madrid, Hongkong, Moskau
- **Mitarbeiter:**
- weltweit: 36, davon 17 Softwareentwickler

- **Hauptaktionäre seit Oktober 2006**

- **Umsatz 2003** = 5,1 Mio. €

- **Umsatz 2004** = 14,8 Mio. €

- **Umsatz 2005** = 26,2 Mio. €

- **Cash-Flow-Positiv** seit: 11/2002

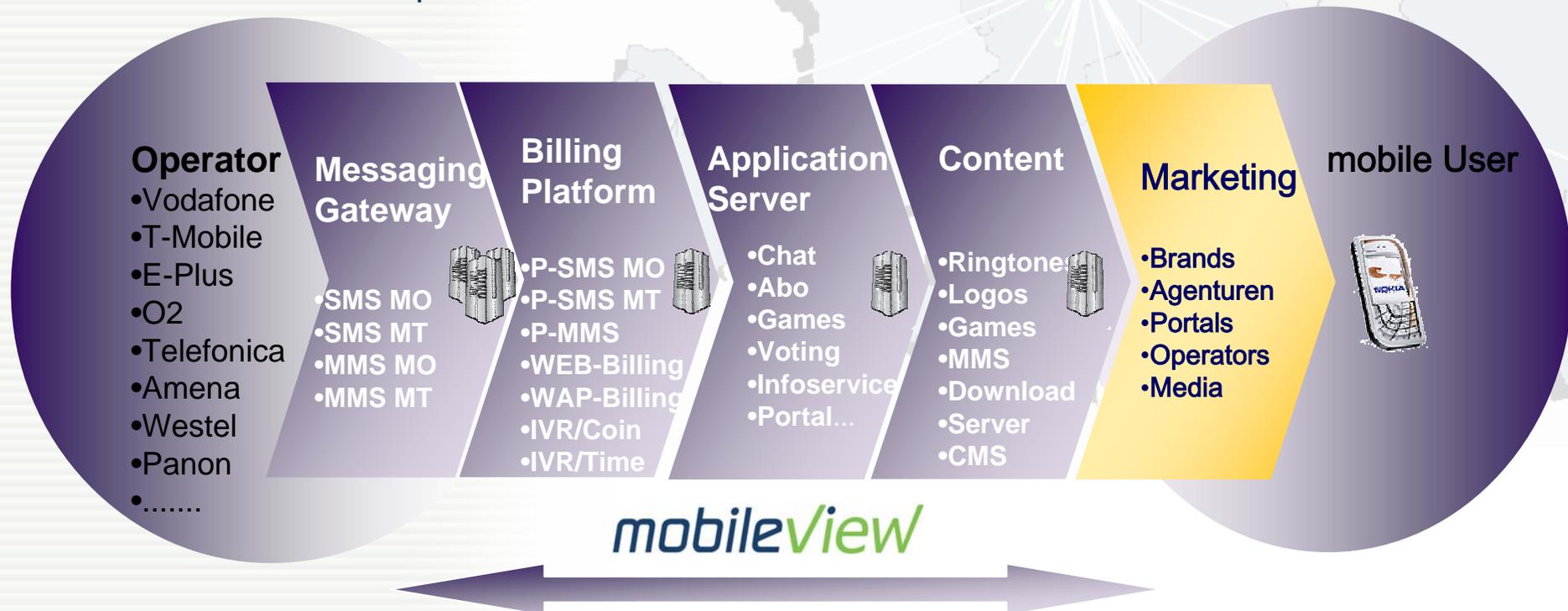
### D+S Europe AG





## Fast Facts

- Über **220 Kunden in Europa**, SMS-Dienste in 25 Ländern, USA, Australien, Russland
- Anbindung des merlix **SMS-C an 20 Mobilfunkcarrier / 60 SMS Serviceprovider** weltweit
- Betrieb von über **200 Premium SMS Kurzwahlnummern** in Europa,
- Empfang von **5 Millionen Premium SMS / über 8 Mio SMS MT (Europa) und 300.000 MMS/WAP-MMS** pro Monat





# Mobiles CRM - eine mittelfristige Notwendigkeit



## Mobiles CRM - eine mittelfristige Notwendigkeit

- **Was ist mobiles CRM?**
- **Die Ausgangssituation 2006**
- **Wie erfolgt die mobile Ansprache?**
- **Wie kann mobiles CRM in Kampagnen integriert werden?**
- **Wie sieht die Zukunft von mobilem CRM aus?**
- **Beispiele von erfolgreichen Kampagnen**



## Was versteht man unter Mobiles CRM?

- **Kundenbeziehungsmanagement oder Kundenpflege über das mobile Medium**
- **Kommunikatives Customer - Relation – Management**
- **Langfristige Kundenbeziehung durch den Einsatz des Mobiltelefons**
- **Kundenansprache und Responsekanal über das Mobiltelefon**
- **Aufbau und Speicherung von mobilen Daten zur Intensivierung der Kundenbeziehung**
- **Standardisierter Kontakt mit dem Kunden über das Mobiltelefon**
- **Durch Interaktionsmöglichkeit Schaffung von lebendige und funktionelle Kundenbeziehungen.**



## Was ist mobiles CRM?

**ZIEL: Wiederkehrender Kundenkontakt zur Abverkaufsförderung  
und/oder Steigerung der Kundenzufriedenheit**

## Wie wird das Ziel erreicht?

**Kundendaten sammeln und Mobile Marketing beginnen !**

**Oder**

**Mobile Marketing beginnen und Kundendaten sammeln !**



## Mobiles CRM - eine mittelfristige Notwendigkeit

- Was ist mobiles CRM?
- Die Ausgangssituation 2006
- Wie erfolgt die mobile Ansprache?
- Wie kann mobiles CRM in Ihre Kampagnen integriert werden?
- Wie sieht die Zukunft von mobilem CRM aus?
- Beispiele von erfolgreichen Kampagnen



## **Mobiles CRM – Die Ausgangssituation 2006**

**-> Das Mobiletelefon ist das persönlichste und privateste Kontaktmedium**

**Daraus ergibt sich zwingend:**

- **Opt-in erforderlich**
- **Die „kalte“ Kontaktaufnahme ist nicht zulässig**
- **Kontakt ohne Opt-in zum Imageverlust für den Versender führen**
- **Jede mobile Nachricht bedarf eines Nutzens für den Kunden**
- **Sensibler Umgang mit Kundendaten ist Voraussetzung**

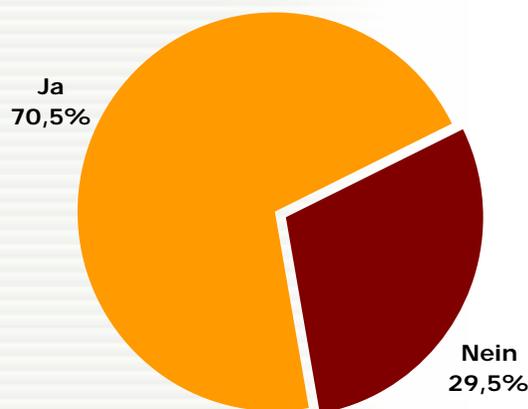


## Mobiles CRM – Die Ausgangssituation 2006

-> Knapp 90% der Deutschen besitzen ein Mobiltelefon,  
das sind aktuell circa 65 Mio. Menschen

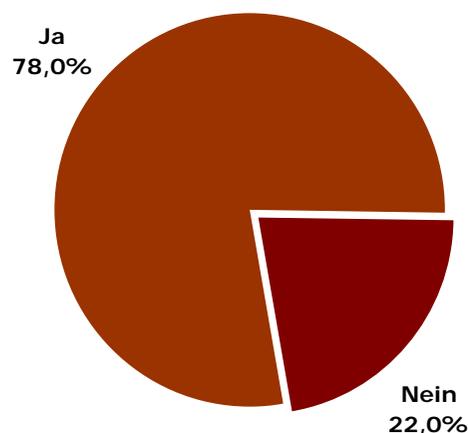
Wie ist die Einschätzung der Unternehmen und Kunden in Deutschland bezüglich der zukünftigen Nutzung des Mobiltelefons im Bereich CRM und Mobile Marketing, kommt es zum Einsatz?

### Konsumenten



Basis: 474 Befragte

### Unternehmen



Basis: 2.016 Befragte

Daten ifmm

Institut für  
Mobile  
Marketing –  
ifmm e.V.  
CeBIT-  
Marketing  
Solution Area -  
09.03.2006



## **Mobiles CRM – Die Ausgangssituation 2006**

-> Aktuelle Studie September 2006 / Informa Telecoms and Media

- **Handywerbung und Interaktion mit dem Kunden ist stark im Kommen.**
- **Markt für Mobile Marketing wird in den nächsten Jahren auf 11,3 Mrd. Dollar anwachsen.**
- **Ausschlag gebend wird sein, den Mobilfunkkunden die Werbung im Austausch mit kostenlosen Inhalten schmackhaft zu machen.**

Quelle: mobile Dienste, Studie der Informa Telecoms and Media September 2006



## Mobiles CRM – Die Ausgangssituation 2006

-> **Nachteile** des mobilen Internets im Gegensatz zur Fix-Internet

- **Eingeschränkte Bedienbarkeit**
- **Der Dienst muss zeitkritisch sein (jetzt und sofort)**
- **Beschränkte Multimediafähigkeit**
- **Netzkapazität**
- **Objektiv höhere Kosten als im Fix-Internet (WAP)**



## Mobiles CRM – Die Ausgangssituation 2006

-> **Vorteile** des mobilen Internets im Gegensatz zur Fix-Internet:

- **Allways on- immer erreichbar (12 Std täglich )**
- **Push – Fähigkeit (SMS, WAP-Push, MMS)**
- **Das Handy Immer dabei**
- **Verbreitung wesentlich höher als Fix-Internet**
- **Jeder (everyone)**



## Mobiles CRM - eine mittelfristige Notwendigkeit

- Was ist mobiles CRM?
- Die Ausgangssituation 2006
- **Wie erfolgt die mobile Ansprache?**
- Wie kann mobiles CRM in Ihre Kampagnen integriert werden?
- Wie sieht die Zukunft von mobilem CRM aus?
- Beispiele von erfolgreichen Kampagnen



## Wie erfolgt die mobile Ansprache

Was sind die Erfolgsfaktoren in der Kundenansprache:

- **Personalisiert**
- **Zielgruppengenau**
- **Kurz, knapp, verständlich**
- **Einfache Response Möglichkeit – Text oder Voice**
- **Regionaler Bezug**
- **Zeitpunkt optimiert**
- **Frequenz optimiert**



## Mobiles CRM - eine mittelfristige Notwendigkeit

- Was ist mobiles CRM?
- Die Ausgangssituation 2006
- Wie erfolgt die mobile Ansprache?
- Wie kann mobiles CRM in Ihre Kampagnen integriert werden?
- Wie sieht die Zukunft von mobilem CRM aus?
- Beispiele von erfolgreichen Kampagnen



## Wie kann mobiles CRM in Ihre Kampagne integriert werden

- **Kurzwahlnummer als einfachste und schnellste Responsemöglichkeit in Werbekampagnen**
- **Durchführung von Gewinnspielen**
- **On-Pack-Promotions – Mehrwert Angebot für den Kunden**
- **MMS-Fotowettbewerbe (Usergenerated Content)**
- **Versand von SMS für Statusanzeigen**
  - zur Erinnerung, für Lieferbestätigungen,
  - kurzfristige Terminbestätigungen
  - zum „Teasen“ bei Wiederverfügbarkeit von Artikeln





## Wie kann mobiles CRM in Ihre Kampagne integriert werden

- **Die Nutzung der mobilen Datenbank dient als Grundlage für Mobiles Marketing**
- **Der Einsatz macht nur Sinn im Verbund im gesamten Marketing-Mix**
- **Nutzergenerierter Content wird ein wichtiger Faktor in der CRM-Kundenbindung sein (z.B. MMS-Blogging)**



## Mobiles CRM - eine mittelfristige Notwendigkeit

- **Was ist mobiles CRM?**
- **Die Ausgangssituation 2006**
- **Wie erfolgt die mobile Ansprache?**
- **Wie kann mobiles CRM in Ihre Kampagnen integriert werden?**
- **Wie sieht die Zukunft von mobilem CRM aus?**
- **Beispiele von erfolgreichen Kampagnen**



## Wie sieht die Zukunft von mobilem CRM aus

- **Mobile Marketing wird sich neu positionieren, von heutigen kurzfristigen Einzelmaßnahmen zu langfristigen, mobilen Kundenbeziehungen.**  
(Studie CEBIT Marketing Solutions Area 2006)
  
- **„Unternehmen, die ihren Kunden die Möglichkeiten des mobilen Marketings bieten, schaffen die Grundlage für lange Kundenbeziehungen und hohe Zufriedenheit“**  
(Prof. Dr. Schengber, ifmm Münster in: Direkt Marketing, Ausgabe 06/2006)



## Mobiles CRM - eine mittelfristige Notwendigkeit

- **Was ist mobiles CRM?**
  - **Die Ausgangssituation 2006**
  - **Wie erfolgt die mobile Ansprache?**
  - **Wie kann mobiles CRM in Ihre Kampagnen integriert werden?**
  - **Wie sieht die Zukunft von mobilem CRM aus?**
- 
- **Beispiele von erfolgreichen Kampagnen**



## Wie erfolgt die mobile Ansprache

Alles bedacht? - EINE „SUCCESS – STORY“

Ein Beispiel: So einfach ist CRM  
und Mobile Marketing

Die Videothekenkette Moviestar  
in Norddeutschland  
[www.moviesms.de](http://www.moviesms.de)





## Mobile Marketing Kampagne für TUI mittels Java-Client



- Promotion von Reisespecials an TUI Kunden

Testen Sie jetzt den aktuellen Java-Client:  
Senden Sie per SMS  
„**Urlaub**“ an die **83900**



## Ihr zuverlässiger Partner für Mobile Marketing und Services



**Thomas Ruthmann**  
**Account Manager**



mobileview AG  
Airport Center  
Flughafenstraße 54b  
22335 Hamburg

Phone: +49 40.539 085-44

Fax: +49 40.539 085-50

E-Mail:

[thomas.ruthmann@mobileview.com](mailto:thomas.ruthmann@mobileview.com)

[www.mobileview.de](http://www.mobileview.de)



## Copyright

- Die in dieser Präsentation aufgeführten Gedanken, Ideen und Aktionen sind geistiges Eigentum der „mobileview AG“ und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen.
- Die Verwirklichung von Ideen und Ideenansätzen ist nur mit vorheriger vertraglicher Vereinbarung mit dem Rechteinhaber möglich. Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Der Empfänger dieser Unterlagen haftet bei unberechtigter Verwendung oder Weitergabe an Dritte für daraus entstehenden Schaden.
- Der Empfänger dieser Unterlagen bestätigt durch Entgegennahme der Unterlagen absolute Vertraulichkeit und absolutes Stillschweigen über die darin genannten Ideen und Vorschläge zu wahren. Weiterhin verpflichtet sich der Empfänger im Falle der Realisierung, auch nur von Teilen des Konzeptes, zur Zahlung einer marktüblichen Lizenz- bzw. Beratungsgebühr. Sollte über diese Summe keine Einigkeit erzielt werden können, erklärt sich der Empfänger einverstanden, die Höhe der Gebühr durch einen von der Handelskammer Hamburg zu bestimmenden Wirtschaftsprüfer/ Sachverständigen feststellen zu lassen.
- Gerichtsstand ist Hamburg.