

Half the money I spend on advertising is wasted;  
the trouble is I don't know which half.





pepper.

# ChannelCRM

Profitieren Sie gemeinsam vom  
Wissen Ihrer Vertriebspartner!

Nürnberg, Oktober 2009

Christian v. Vietinghoff

# Inhalt

Vorstellung Pepper GmbH

Was ist ChannelCRM, wer braucht es und wie funktioniert ChannelCRM?

Was sind die Vorteile von ChannelCRM für Hersteller und Händler?


Belegte Erfolge und Umsetzungsbeispiele von ChannelCRM

So überzeugen Sie Ihre Vertriebspartner!

Ihre nächsten Schritte mit Pepper GmbH



Vorstellung  
Pepper GmbH



Isn't it amazing  
what you can create using

**PEPPER.**

Pepper wirkt: Wir entwickeln Markenkommunikation, die transparent, glaubwürdig und richtig dosiert ist.  
Für große Marken und im Dialog mit Ihren Kunden. Seit mehr als 10 Jahren mit messbarem Erfolg. **Proven Impact.**

Pepper GmbH . Prannerstr. 8 . München . [pepperglobal.com](http://pepperglobal.com)

# Ansatz und Leistungen

## 1 Intelligente Analysen und relevante Insights

Research und Studien  
Zielgruppensegmentierung und Modellierung  
Marketing Prozessoptimierung

## Zielgerichtete Strategien und kreative Konzepte 2

Kommunikationsstrategien  
Kampagnen  
**Vertriebspartnerstrategien und -management**

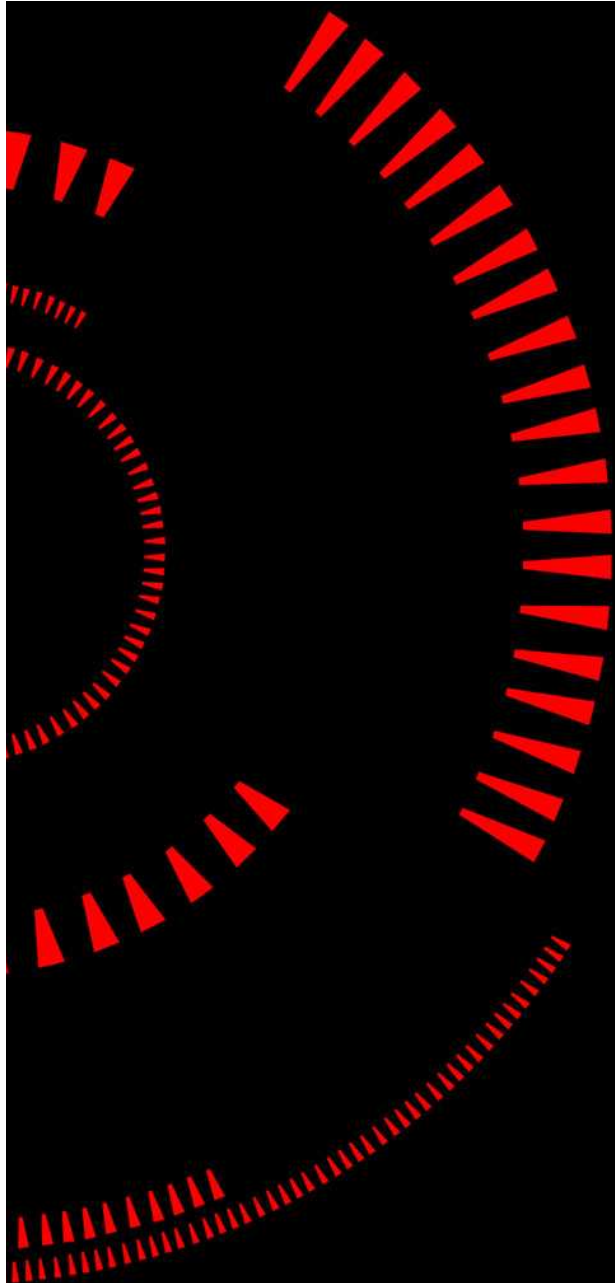
**Proven Impact**

Marketing Performance Management  
Audit

Projekt- und Programm-Management  
Direktmarketing  
Digital Marketing  
Marketing- und Vertriebsliteratur

## 4 Ständige Kontrolle und exakte Erfolgsmessung

## Effiziente Umsetzung und Management – weltweit 3



# ChannelCRM

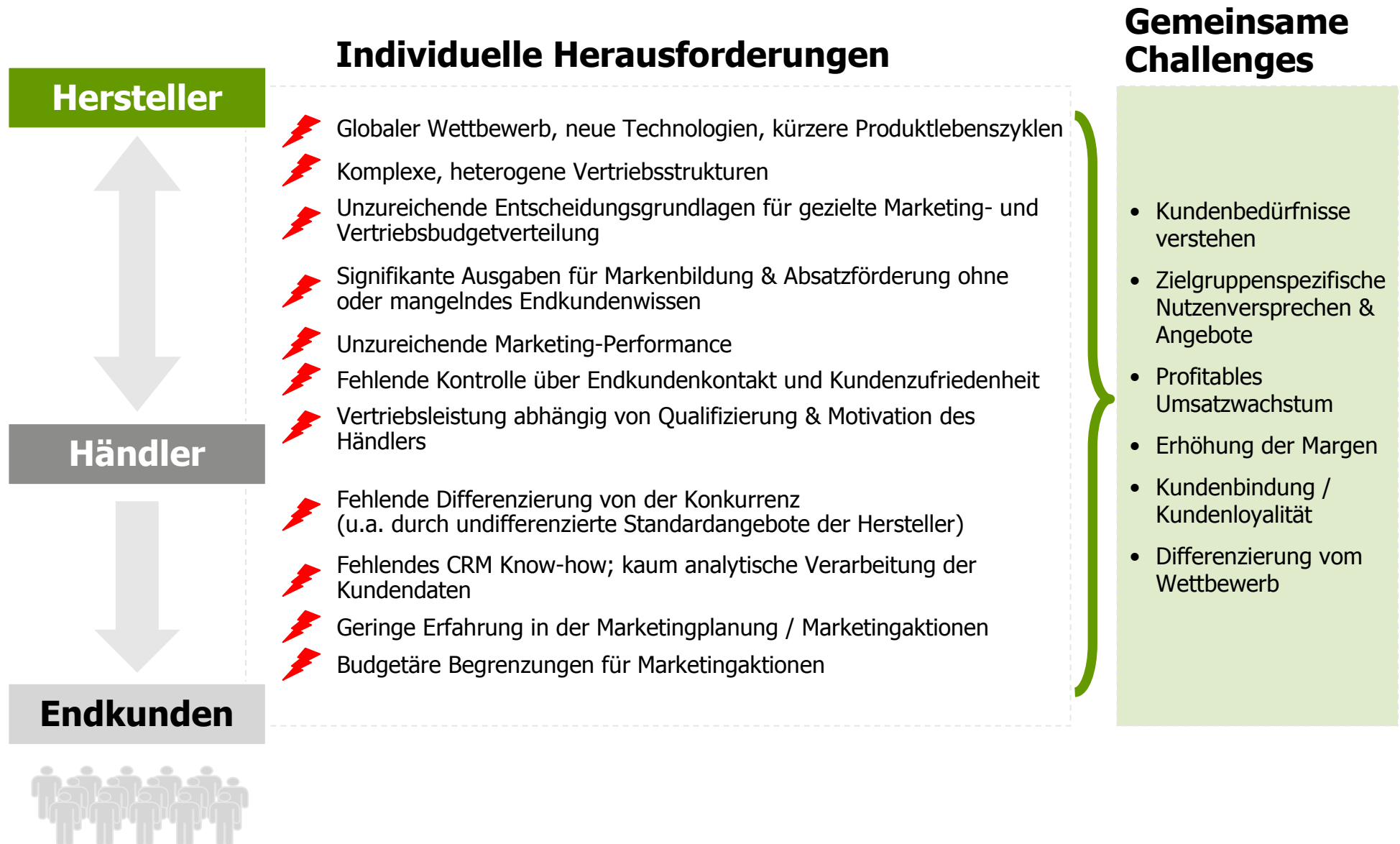
Definition, Vorteile,  
Funktionsweise, Erfolge

# Was ist ChannelCRM?

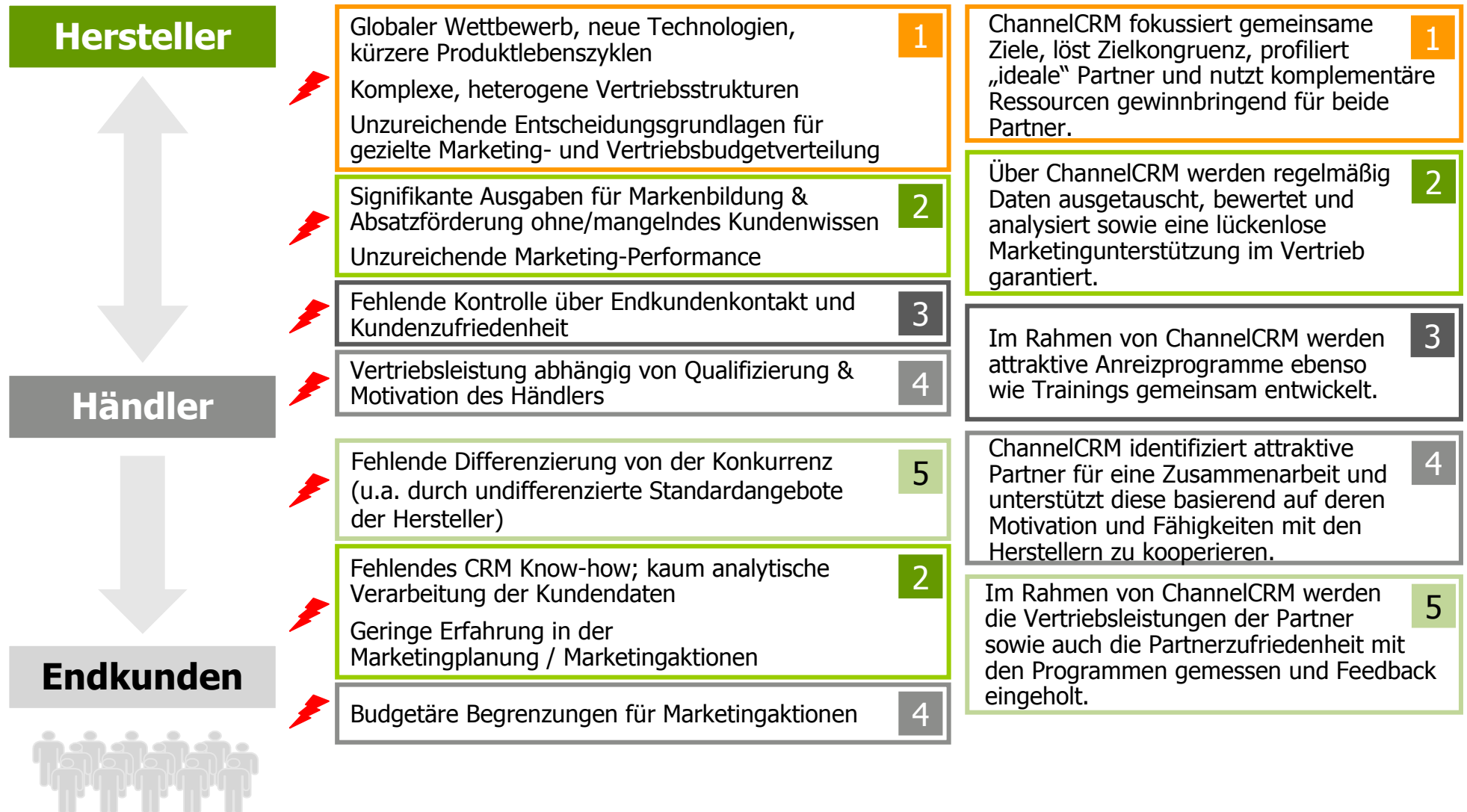
ChannelCRM ist ein  
Hersteller-Marketing-Vertriebsprogramm,  
das zielgerichtet wertvolle Vertriebspartner einbindet,  
gemeinsame Ziele fokussiert und Zielkongruenz auflöst,  
auf dem Kundenwissen und den Daten der Vertriebspartner  
aufsetzt und  
komplementäre Ressourcen des Herstellers und der Händler  
bestmöglich nutzt,  
um zielgerichtet Endkunden mit Marketingaktionen  
anzusprechen, die  
in profitabler Umsatzsteigerung und verbessertem Marketing-ROI  
resultieren.



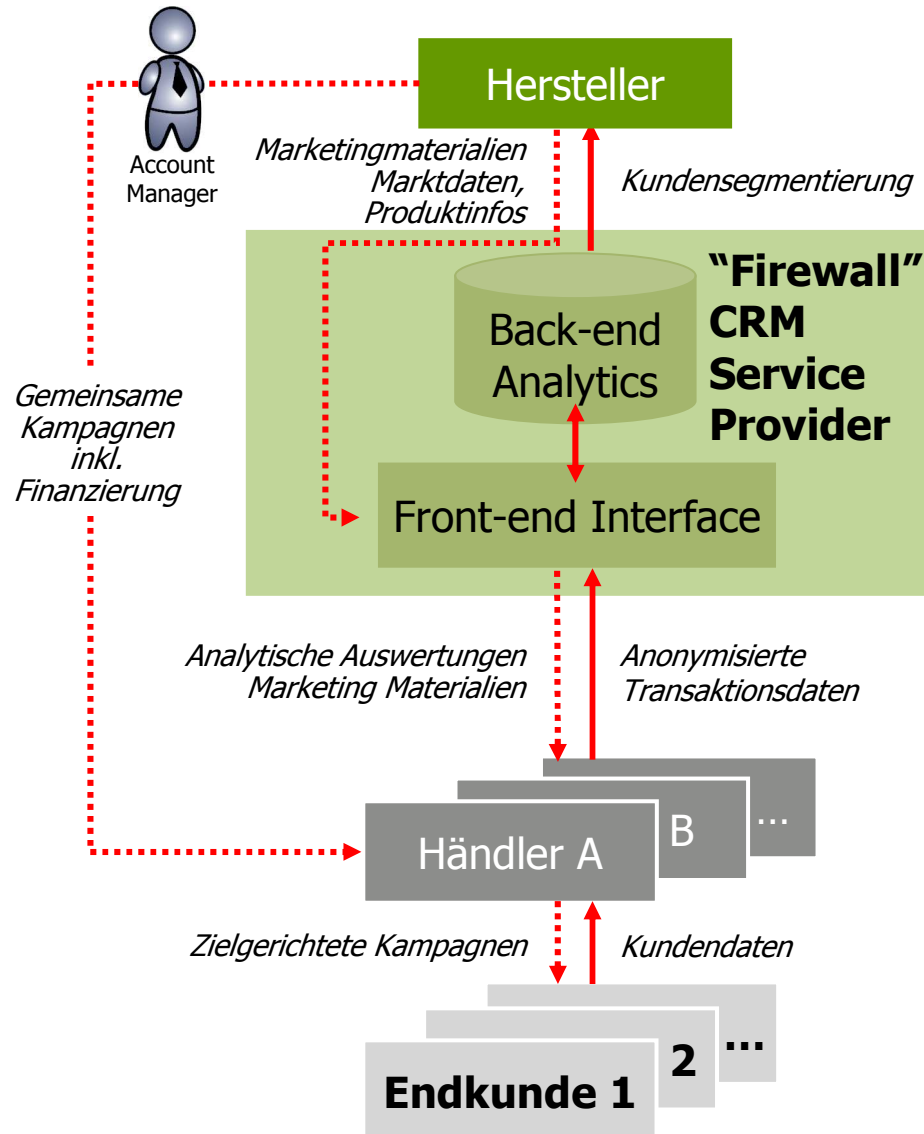
# Herausforderungen von Herstellern und Händlern im indirekten Vertrieb



# ChannelCRM als Lösungsansatz für Herausforderungen von Herstellern und Händlern im indirekten Vertrieb

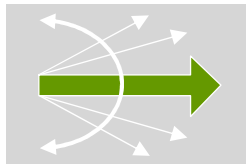


# ChannelCRM fordert Zusammenarbeit der Vertriebspartner auf Basis gemeinsamer Ziele & Ressourcen



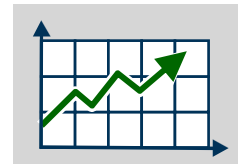
- Der Händler liefert anonymisierte Transaktionsdaten mit eindeutiger ID an den unabhängigen CRM Service Provider
- Der CRM Service Provider fungiert als „Firewall“, analysiert und clustert die Marktdaten und liefert eine Kundensegmentierung an den Hersteller
- Der Hersteller stellt dem Händler Marktdaten, Produktinformationen und zielgruppenspezifische Marketingmaterialien über das Front-end Interface zur Verfügung
- Die analytischen Ergebnisse bilden die Basis für gemeinsame Marketingaktivitäten und -kampagnen, die der Account Manager mit dem Händler beplant

# Vorteile ChannelCRM für Händler



## Differenzierung

- Gutes Verständnis der Kundenbasis (Kundenwert, Kundenloyalität & Kaufverhalten)
- Kundenspezifisches Nutzenversprechen & Kampagnen zu Umsatzsteigerung und Kundenbindung als Wettbewerbsvorteile ggü. nicht vom Hersteller betreuten Vertriebspartnern
- Hohe Glaubwürdigkeit durch Assoziation mit bekanntem Herstellermarkennamen



## Erhöhte Marketingeffektivität & -effizienz

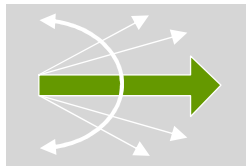
- Verbesserte Marketingeffektivität und -effizienz, da ausgefeilte und bewährte Marketingstrategien und Kreativkonzepte der Hersteller genutzt werden können
- Begrenzte Investitionen nötig, um die eigenen CRM Fähigkeiten auf- oder auszubauen
- Größere finanzielle Unterstützung der Hersteller
- Profitable Umsatzsteigerung



## Know-how

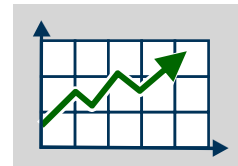
- Zugang zu Innovationen
- Aufbau von Wissen bzgl. Kundenstruktur und eigenem Leistungsportfolio
- Zielgerichtete und personalisierte Information/Betreuung und Schulung

# Vorteile ChannelCRM für Hersteller



## Differenzierung

- Direkter Kundenzugang für Marketingaktivitäten
- Laufende gemeinsame Interaktion mit Kunden und Vertriebspartnern
- Aufbau Partnerloyalität durch Langzeitperspektive für die gemeinsame Zusammenarbeit



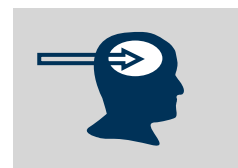
## Erhöhte Marketing-effektivität & -effizienz

- Optimierte Verteilung von Marketingbudgets
- Steigerung des ROI von Marketinginvestitionen
- Profitable Umsatzsteigerung
- Direkte Leistungskontrolle bzgl. Kampagnen, Kunden, Vertriebspartnern & Programmen



## Know-how

- Gezielter Aufbau von Kundenwissen durch Einblick in das Verhalten von Kunden und Vertriebspartnern



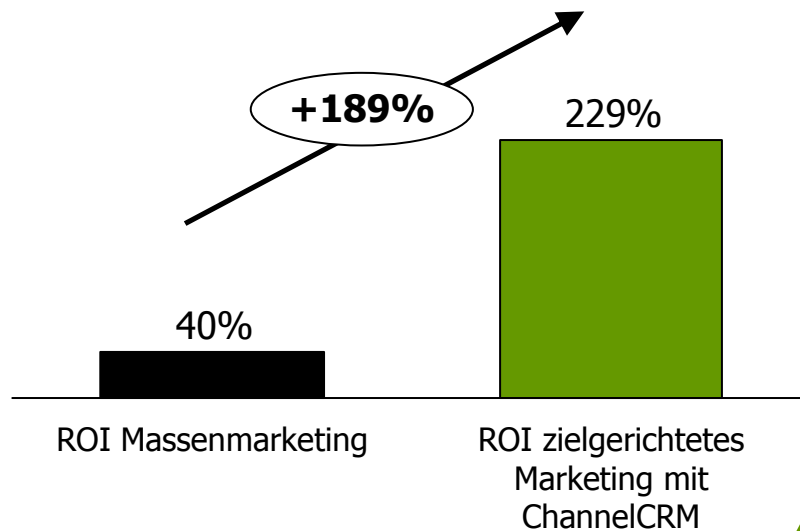
## One Voice to the Customer

- Einheitliche Kommunikation & Markenbild
- Integrierte Marketingaktionen (Co-Marketing)
- Kundenbindung/Kundenloyalität

# Proven Impact von ChannelCRM Aktivitäten

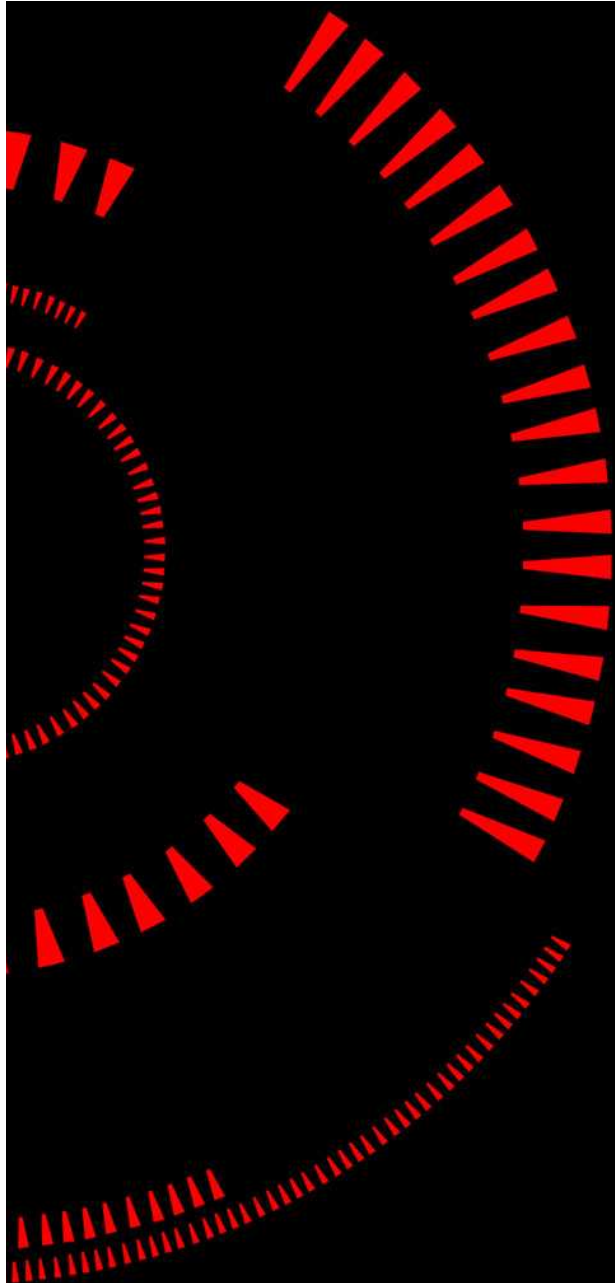
200 analysierte Kampagnen aus der Praxis haben bewiesen, dass ChannelCRM zu folgenden Erfolgen führt:

- **Steigerung der Responseraten >20%,**
- **Umsatzsteigerung von ca. 30% &**
- **verbesserter ROI von >200%.**



## Erfolgsfaktoren

- Diversifiziertes Wissen ermöglicht höheren Kundennutzen
- Gezieltes Einwirken auf Kundenanalysen
- Zielgruppenspezifische Maßnahmen vs. Gießkannenprinzip
- Gezielte Befriedigung der Kundenbedürfnisse
- Hohe Beziehungsqualität zwischen Hersteller und Händler
- Gegenseitige Win-Win Situation



# ChannelCRM

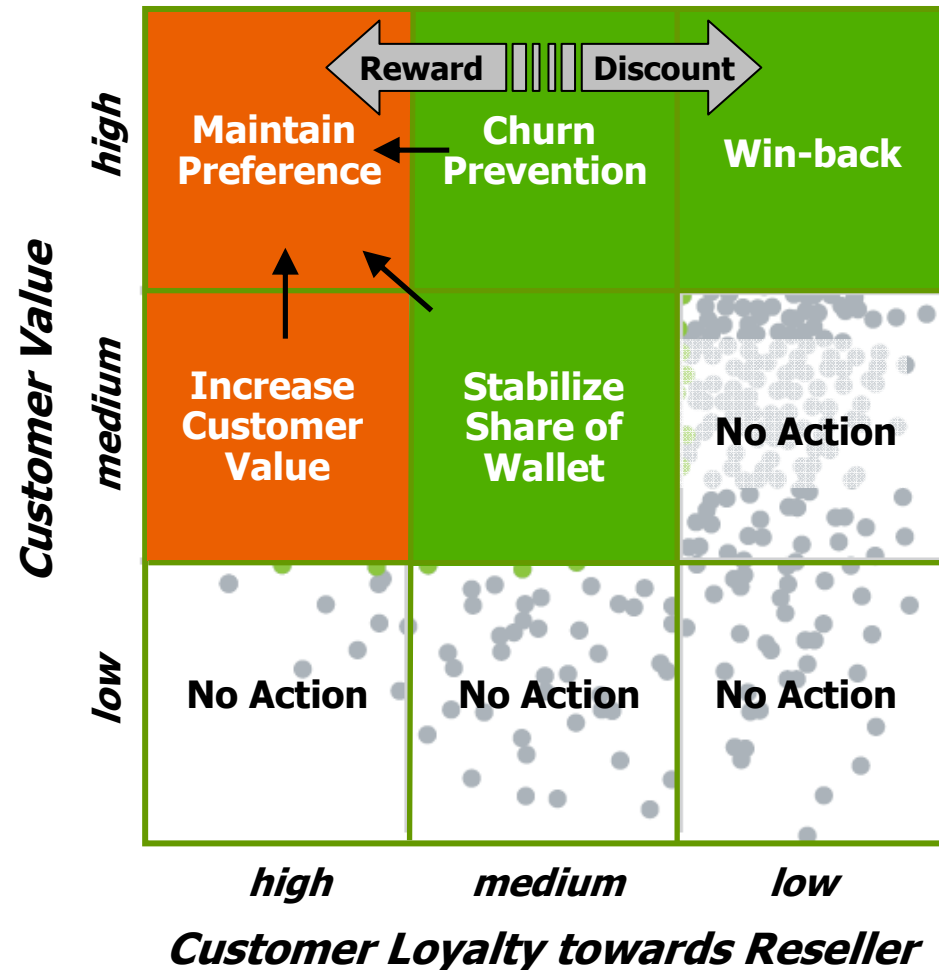
Praktisches Umsetzungsbeispiel

# Gezieltes Marketing für gezieltes Wachstum mit ChannelCRM (globaler IT Hersteller)

## Kundenziele ChannelCRM

- Investition in Partner, die hersteller- unterstützend abverkaufen/investieren
- Verbesserung von Kunden-, Kanal- und Marktinsights
- Nutzung von Marktwissen für
  - Qualitative besseres Account und Channel Management
  - Zielgruppenspezifische Endkundenangebote zur Kundenbindung
  - Intelligenteres Marketing- investment und verbesserter Demand-Generation-ROI
  - Profitables Umsatzwachstum erhöhte Margen
  - Differenzierung vom Wettbewerb

## Segmentierung und Kundenstrategien





# Churn Prevention Kampagne (globaler IT Hersteller)

Kampagnentyp: „Buy 4, get 1 free“

**Angebot:** 5 Produkte zum Preis von 4

**Zielgruppe:** 1.250 ausgewählte Kunden

**Kampagnendauer:** 3 Monate



Ergebnis

**Aktivierungsrate  $\emptyset$  [%]**

40

**Umsatzsteigerung ggü. Kontrollgruppe  $\emptyset$  [%]**

50

**Umsatzwachstum gesamt ['000 USD]**

100

**ROI [%]**

220



# Maintain Preference Kampagne (globaler IT Hersteller)

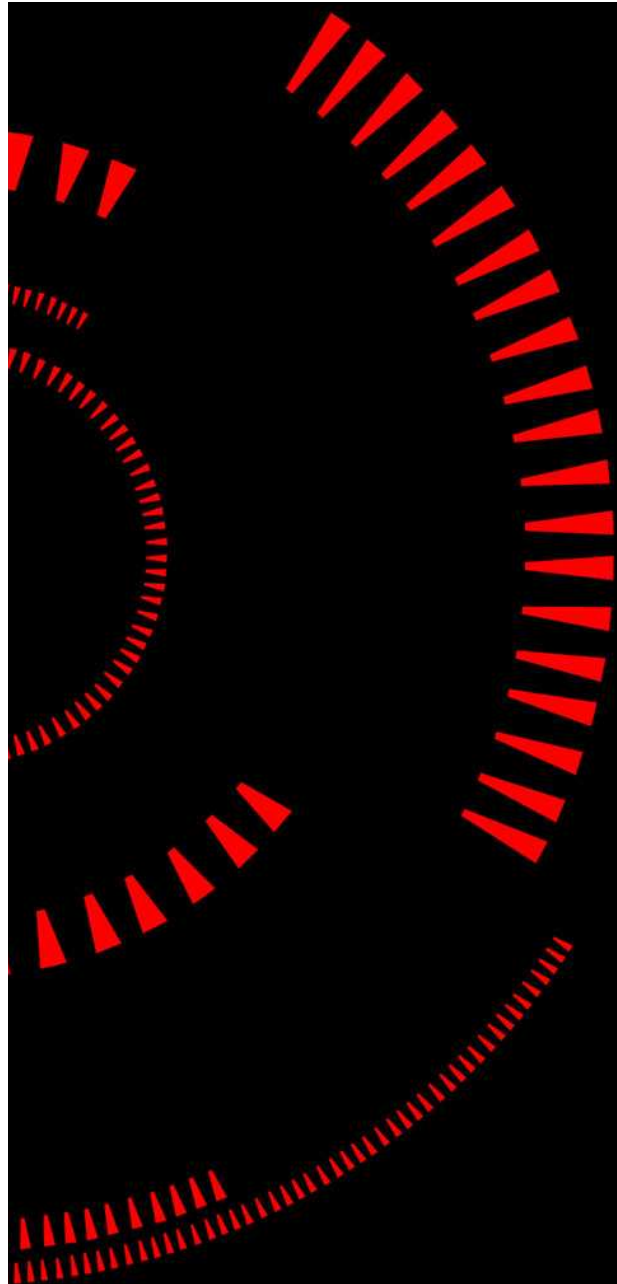
## Kampagnentyp „Voucher“

- Angebot:** Beim Kauf von Produkten im Wert von € 200 → 15 € Blumengutschein
- Zielgruppe:** 221 ausgewählte Kunden
- Kampagnendauer:** 1 Monat



## Ergebnis

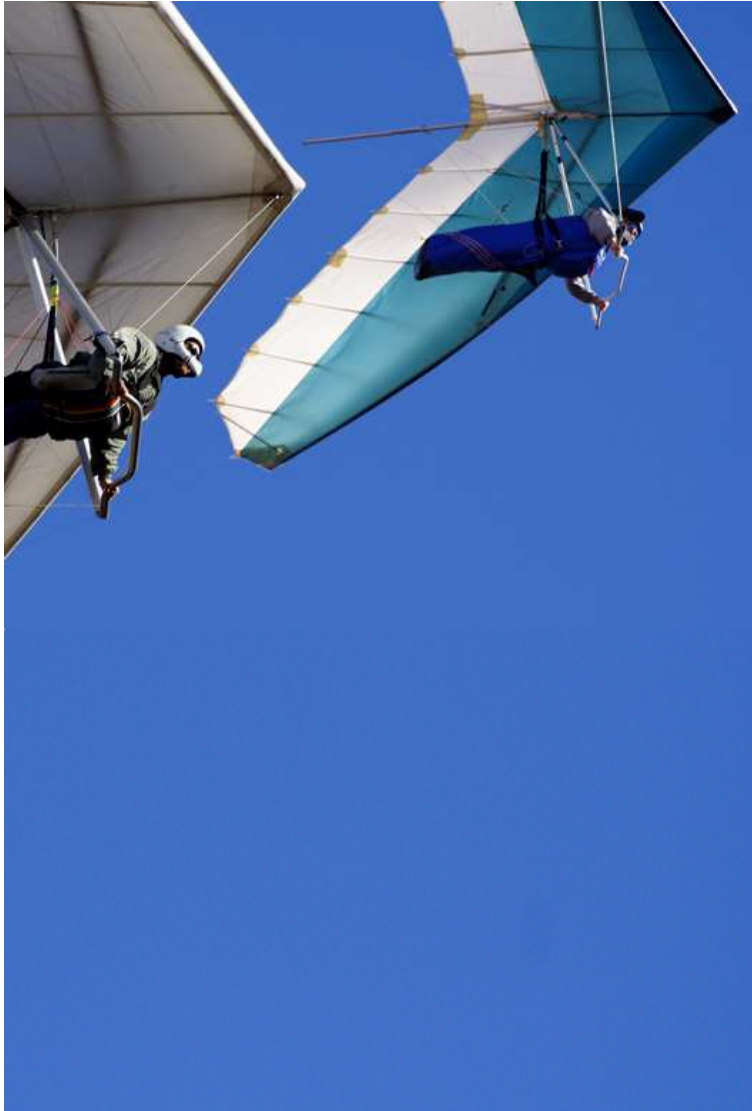
<b>Aktivierungsrate Ø [%]</b>	<b>17</b>
<b>Umsatzsteigerung ggü. Kontrollgruppe Ø [%]</b>	<b>82</b>
<b>Umsatzwachstum gesamt in ['000 USD]</b>	<b>12</b>
<b>ROI [%]</b>	<b>706</b>



# ChannelCRM

So überzeugen Sie Ihre  
Vertriebspartner!

# Lessons Learned aus der praktischen Umsetzung



Kundenkontakt bleibt beim Händler;  
Analyse erfolgt anonymisiert



Unabhängige dritte Instanz sichert  
Anonymität und Vertraulichkeit der Daten



Frühzeitige Einbeziehung Account  
Management und Sicherung der  
Unterstützung



Konzentration auf wesentliche Kennzahlen,  
pragmatischer Segmentierungsansatz



Erfolgsmessung der Kampagnen zur Weiter-  
entwicklung der Aktivitäten und Best  
Practice Sharing



Analysen müssen Mehrwert für beide  
Parteien liefern (Win-Win)

# Die wichtigsten Schritte in der pragmatischen Einführung von ChannelCRM



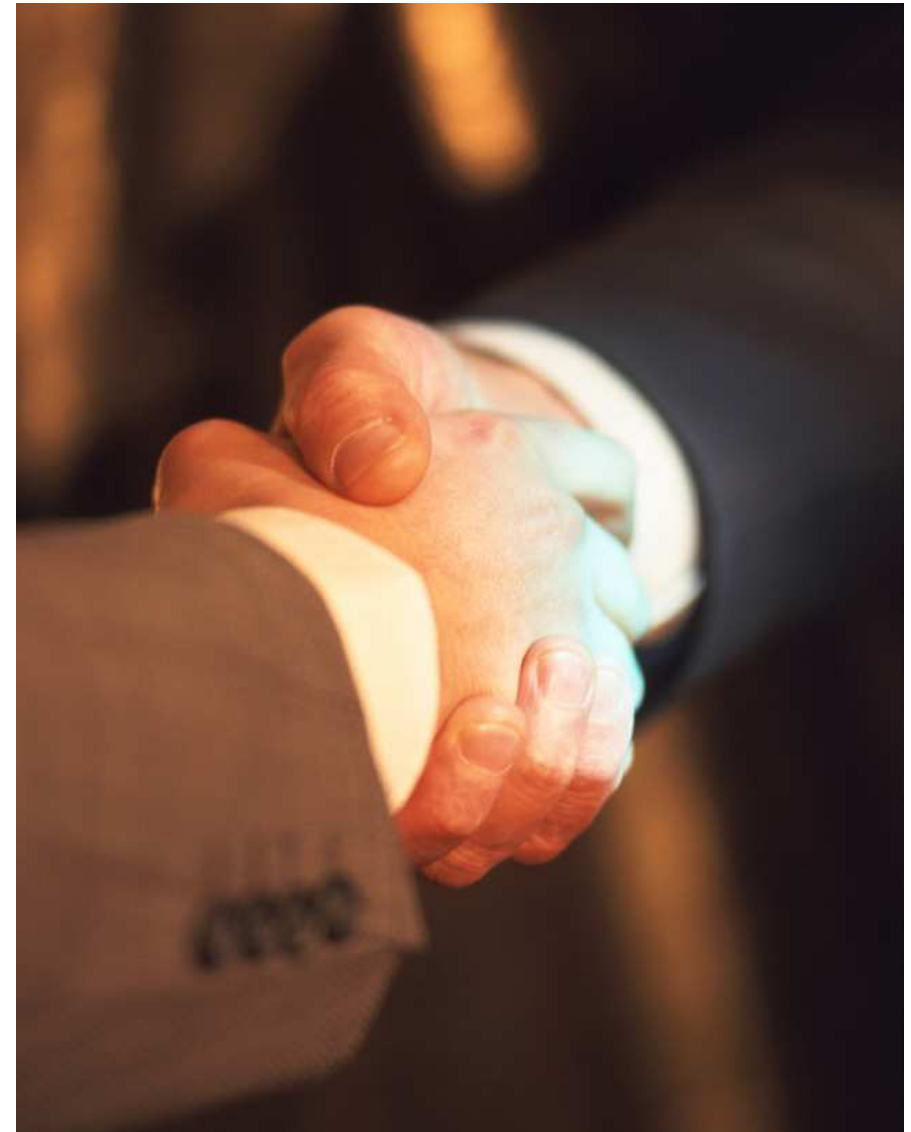
# Schlüsselfaktoren für ein erfolgreiches Zusammenarbeiten

Aufbau einer vertrauensvollen Geschäftsbeziehung mit gemeinsamen Zielen und Nutzung der komplementären Ressourcen

Frühzeitige Klärung und Absicherung datenschutzrechtlicher Themen

Integrierter CRM Ansatz, um sich auf die wertvollsten Kunden gemeinsam zu fokussieren

Überführung der Geschäftsbeziehung in eine partnerschaftliche Beziehung, um neue und höher gesteckte Ziele zu erreichen





# ChannelCRM

Ihre nächsten Schritte mit Pepper GmbH

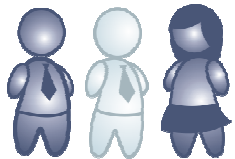
## 5 for the Road...



Identifizieren Sie Ihre wertvollsten, fähigsten und kooperationsfreudigsten Vertriebspartner und fördern Sie den Dialog!



Finden Sie gemeinsame Ziele, die zum Erfolg beider Parteien beitragen und erkennen Sie komplementäre Ressourcen!



Nutzen Sie einen CRM Service Provider als unabhängige Instanz, der die Daten analysiert und anonymisiert aufbereitet!



Steigern Sie den ROI Ihrer Marketingmaßnahmen um über 200%, die Responseraten auf Ihre Marketingaktionen um >20% und Ihren Umsatz um ca. 30 %!

**Jetzt!**

Warten Sie nicht länger und finden Sie heraus, ob Ihr Unternehmen bereit für ChannelCRM ist!



# Besuchen Sie unsere Microsite [www.channel-crm.de](http://www.channel-crm.de)!

ChannelCRM:  
Profitieren Sie gemeinsam mit Ihren Vertriebspartnern

PEPPER



#### Pepper ChannelCRM: Mehr Wachstum durch professionelles Vertriebspartnermanagement.

Die Bedürfnisse des Kunden zu verstehen, ihn mit zielgruppenspezifischen Nutzerversprechen zu binden, gleichzeitig profitabel zu wachsen und sich von Wettbewerb zu differenzieren – das sind nur einige der Herausforderungen, die Händler und Hersteller beschäftigen. Darüber hinaus sehen sich Hersteller beim indirekten Vertrieb oft mit komplexen und heterogenen Vertriebsstrukturen konfrontiert. Kundenwissen aufzubauen und ausreichende Entscheidungsgrundlagen für die gezielte Marketing- und Vertriebsbudgetverteilung zu gewinnen ist unter diesen Bedingungen nur mit großem Aufwand zu realisieren. Händler hingegen kämpfen mit fehlendem CRM-Know-how, geringer Erfahrung in Marketingmaßnahmen sowie knappen Budgets.

#### Die Lösung des Problems: ChannelCRM.

Im Rahmen von ChannelCRM werden anonymisierte Transaktionsdaten der Händler durch einen unabhängigen CRM Service Provider analysiert und segmentiert. Diese Cluster dienen dem Hersteller dazu, Marketingmaßnahmen und -materialien zu entwickeln, die gemeinsam mit den Händlern implementiert werden. Sowohl Händler als auch Hersteller können sich so differenzieren, Know-how aufbauen und die Effizienz und Wirksamkeit ihrer Marketingmaßnahmen steigern. ChannelCRM erfordert als Voraussetzung eine enge Zusammenarbeit zwischen den Vertriebspartnern. Wichtig ist hier die Einigung auf gemeinsame Ziele und Ressourcen, in deren Mittelpunkt die kollaborative Nutzung von Kundendaten steht – als Win-Win-Situation für beide Partner. Pepper bietet hierfür die passende Lösung! Im Rahmen von Vertriebspartnerstrategien und des Vertriebspartnermanagements haben wir bereits zahlreiche Partnerprogramme auf gebaut und betreut – und agieren als kompetenter und professioneller CRM Service Provider. Interesse? Dann nehmen Sie an unserer Verlosung teil und gewinnen Sie einen Channel CRM Readiness Audit und/oder downloaden Sie unsere Unterlagen zum Thema ChannelCRM nach einer kurzen Registrierung. Weiterführende Informationen zum Unternehmen Pepper GmbH finden Sie auf unserer Webseite [www.pepperglobal.com](http://www.pepperglobal.com)

#### Downloads

[Zum Download bitte hier registrieren](#)

- Pepper Leistungsangebot ChannelCRM
- White Paper ChannelCRM: Wie Hersteller und Händler durch den Austausch von Kundenwissen profitieren
- Trendstudie: Partnerprogramme erfordern eine enge Zusammenarbeit von Herstellern und Händlern
- Präsentation: Vertrag ChannelCRM auf der CRM Expo 2009 in Nürnberg



Video: Vortrag ChannelCRM von Christian von Vietinghoff,  
Director Consulting Pepper GmbH



[hier registrieren](#)

## Wollen Sie herausfinden, ob auch Ihr Unternehmen bereit für die Einführung von ChannelCRM ist?

- Dann registrieren Sie sich auf unserer Microsite und gewinnen Sie einen ChannelCRM Readiness Audit!
- Erfahren Sie mehr zum Thema ChannelCRM und downloaden Sie White Paper, Vortragsunterlagen oder z.B. das Pepper Leistungsangebot ChannelCRM!
- Bei Interesse halten wir Sie auch gerne auf dem Laufenden zu Neuigkeiten im Bereich ChannelCRM!
- Weiterführende Informationen zu Pepper GmbH finden Sie unter [www.pepperglobal.de](http://www.pepperglobal.de)!



Vielen Dank!



pepper.

Die Inhalte dieser Präsentation sind vertraulich zu behandeln und dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden. Die Inhalte, strategischen Ansätze und Tools dieses Angebotes sind Eigentum der Pepper GmbH und sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung, Weitergabe oder Veröffentlichung ist nur mit ausdrücklicher vorheriger Erlaubnis der Pepper GmbH zulässig.

Verwendete Bilder, Illustrationen und Fotos unterliegen teilweise fremden Urheber- und Markenrechten und gelten hiermit als nur für den internen Zweck verwendet. Alle vorkommenden Markenzeichen und eingetragenen Markenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Firmen und Organisationen. Falls geschützte Warenzeichen nicht als solche kenntlich gemacht wurden, bedeutet das Fehlen einer solchen Kennzeichnung nicht, dass es sich um einen freien Namen im Sinne des Markenzeichenrechts handelt.

# Pepper – das Erfolgsgen für Ihr Marketing

## Zu unseren zufriedenen Kunden zählen



- Wir verfügen über langjährige Erfahrung mit zahlreichen Vertriebspartnerprogrammen und -kampagnen für die ITK, Medizintechnik und Finanzdienstleistungsbranche, die wir zu innovativen kundenindividuellen Lösungen verbinden
- Wir bieten Strategie, Konzeption und Umsetzung aus einer Hand - mit nachweisbarer Wirkung.
- Wir bringen den notwendigen Pragmatismus für Ihre Lösung mit.
- Wir sind Nummer 3 der deutschen Dialogmarketingagenturen und mit Niederlassungen auf drei Kontinenten vertreten.