

„Nur Marketing und Innovation schaffen Ergebnis.
Der Rest sind Kosten.“
Peter Drucker

Umfassendes Online Marketing Controlling
Werbeplanung.at Summit 09
Wien 17.07.09

Dr. Christian Bachem

.COM | PANION

BESSERES MARKETING. BESSERE PROZESSE.

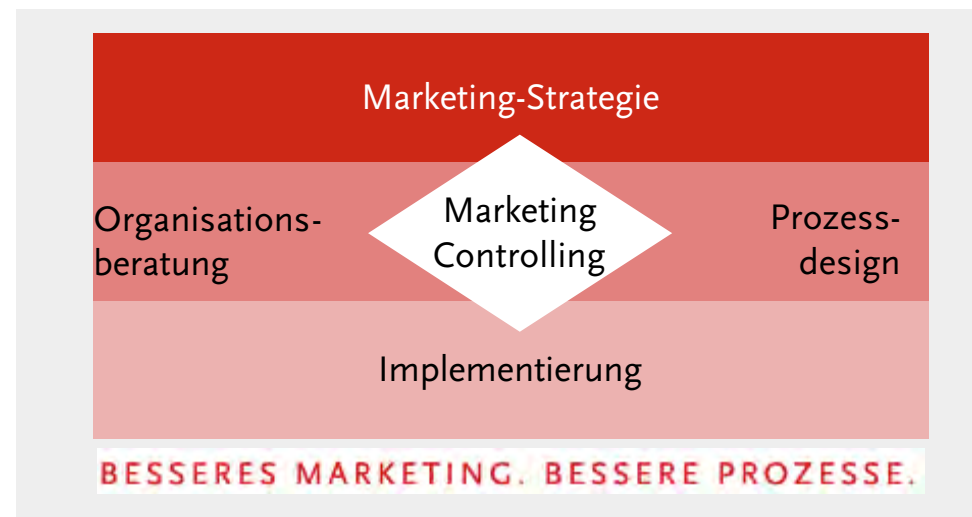
| Agenda

- + **Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren**
- + **Ausweg: Umfassende Bewertung aller Effekte**
- + **Übergreifende Erfolgskontrolle von Brand Kampagnen**
- + **WebSurveys Zentrales Instrument für qualitative Insights**

Kurzvorstellung .companion

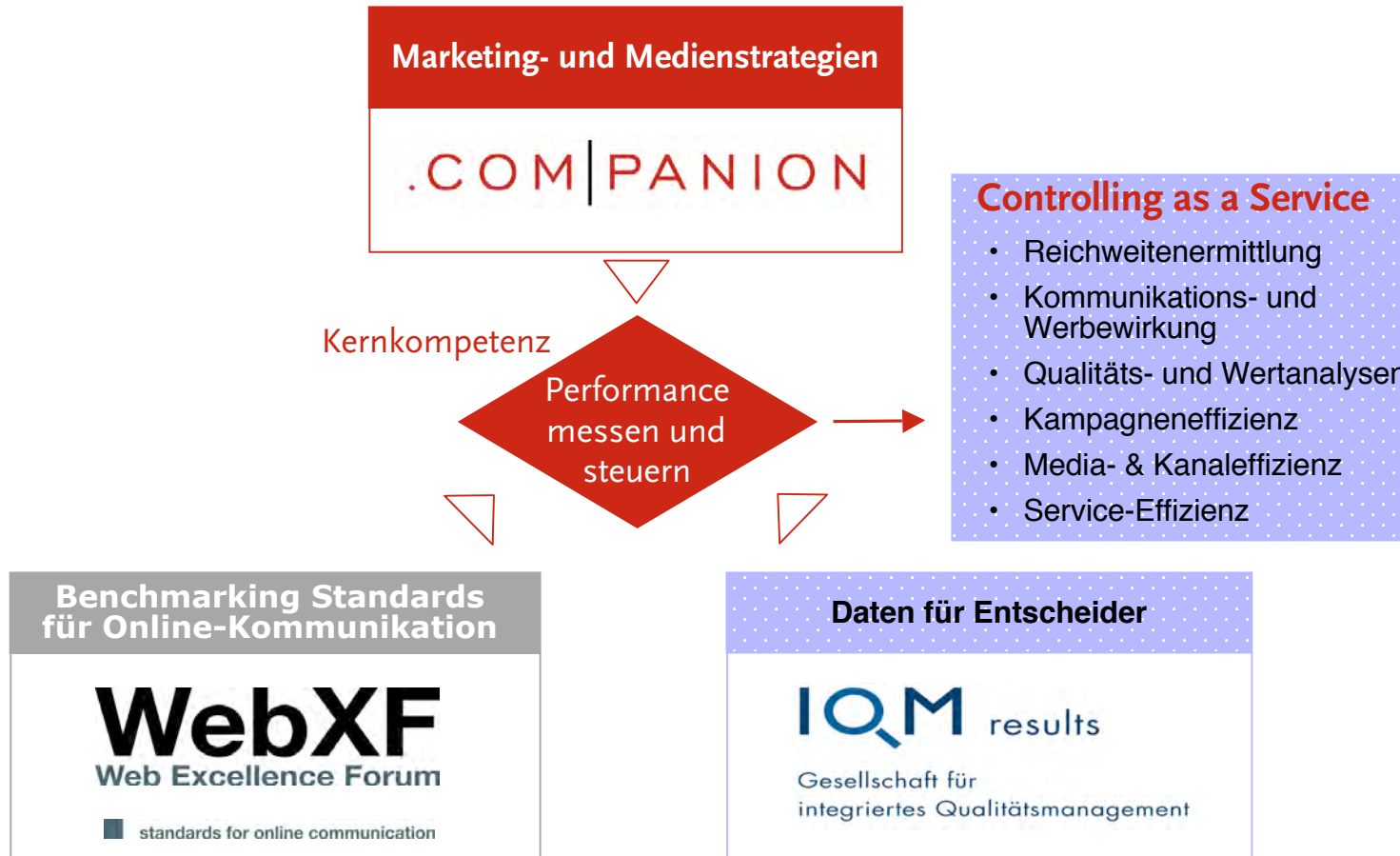
Online Marketing und Controlling Know-how seit 1995

- + Fokus: Performance Management im Kontext Crossmedia und Multichannel
- + Deliverables: belastbare Geschäftspläne, Performance- und Werbeerfolgsdaten, Marketing- und Mediabudgets, Fachkonzepte, Controllingwerkzeuge, Prozessdesigns
- + Ressourcen: eigene Forschung und Benchmarking-Initiativen
- + Resultat: bessere Effektivität, besserer ROI für Marketing und Kommunikation
- + Klienten: In den vergangenen drei Jahren u.a. 2/3 der Dax 30



Unser Performance Management Netzwerk

Marketing Controlling im Verbund mit Schwesterunternehmen

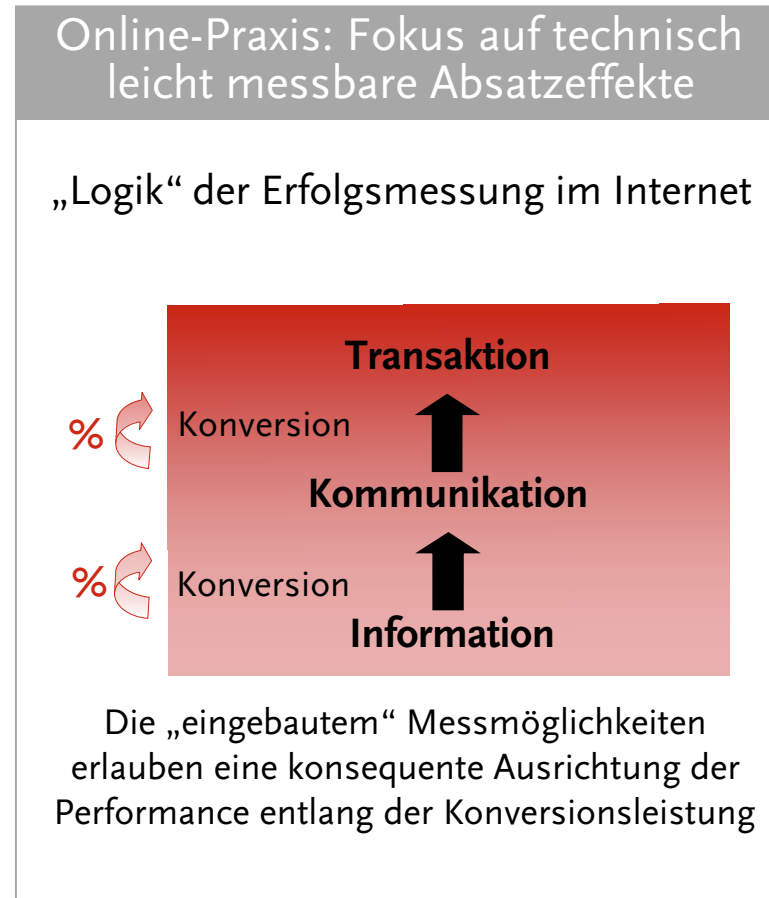
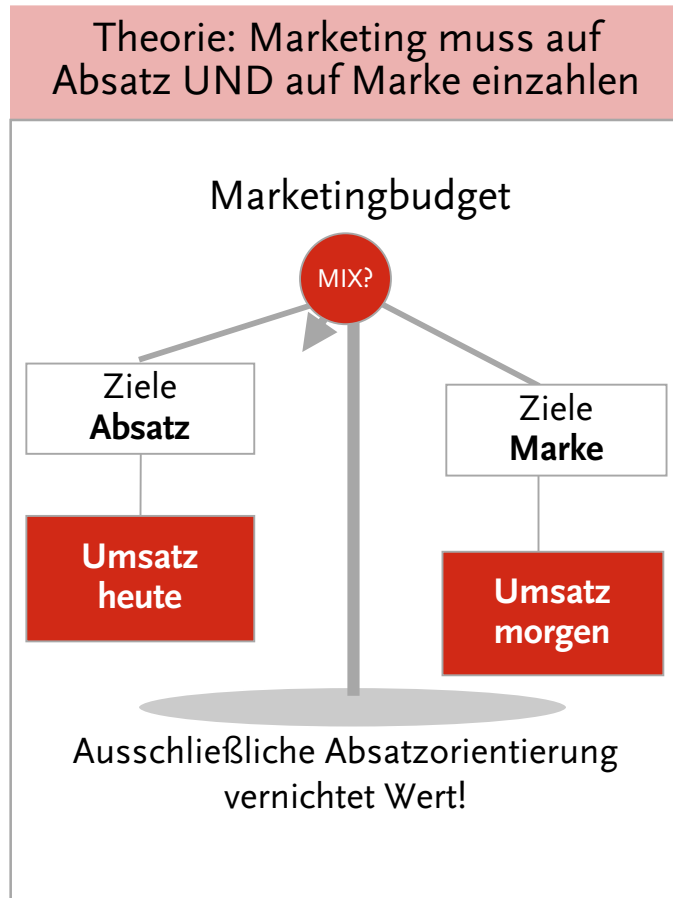


| Agenda

- + **Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren**
- + **Ausweg: Umfassende Bewertung aller Effekte**
- + **Übergreifende Erfolgskontrolle von Brand Kampagnen**
- + **WebSurveys Zentrales Instrument für qualitative Insights**

Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren

Die integrierte Protokollfunktion des Internet ist verlockend



Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren

Klickfixierung kann auf einem Auge blind machen!

„Performance Marketing“ nutzt
Markenpräferenzen

Brand Media
Display Media → Präferenzbildung.



„Performance Marketing“: Klickmessung
weist Absatzeffekt nur dem AdWord zu

Online-Praxis: Fokus auf technisch
leicht messbare Absatzeffekte

Status Quo:

- Erfolgsmessung im Internet ist **Klickorientiert** (quantitativ).

Ergebnis:

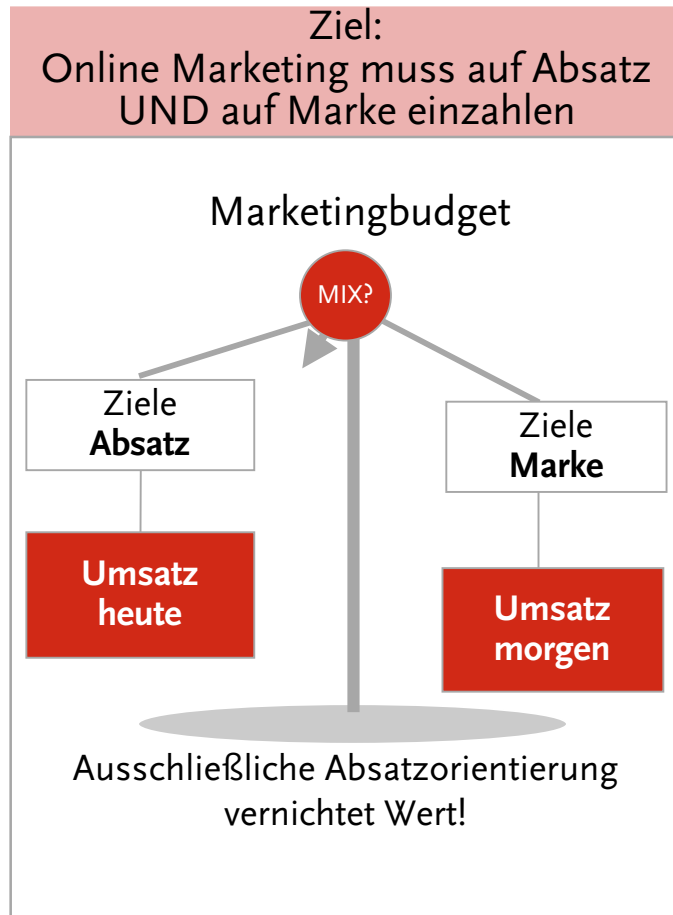
- Die Leistung von „Performance Marketing“ / Google wird **systematisch überbewertet**.
 - Klickorientierung misst **nur kurzfristige Resultate...**
 - ...und ignoriert über **99%** aller **Markenkontakte** im Internet.
 - Die Bewertung langfristiger **Markeneffekte** wird vernachlässigt
- Massive Fehlallokationen sind die Folge

| Agenda

- + Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren
- + **Ausweg: Umfassende Bewertung aller Effekte**
- + Übergreifende Erfolgskontrolle von Brand Kampagnen
- + WebSurveys Zentrales Instrument für qualitative Insights

Ausweg: Umfassende Bewertung aller Effekte

Mit qualitativer Analyse verborgene Effizienzpotenziale heben

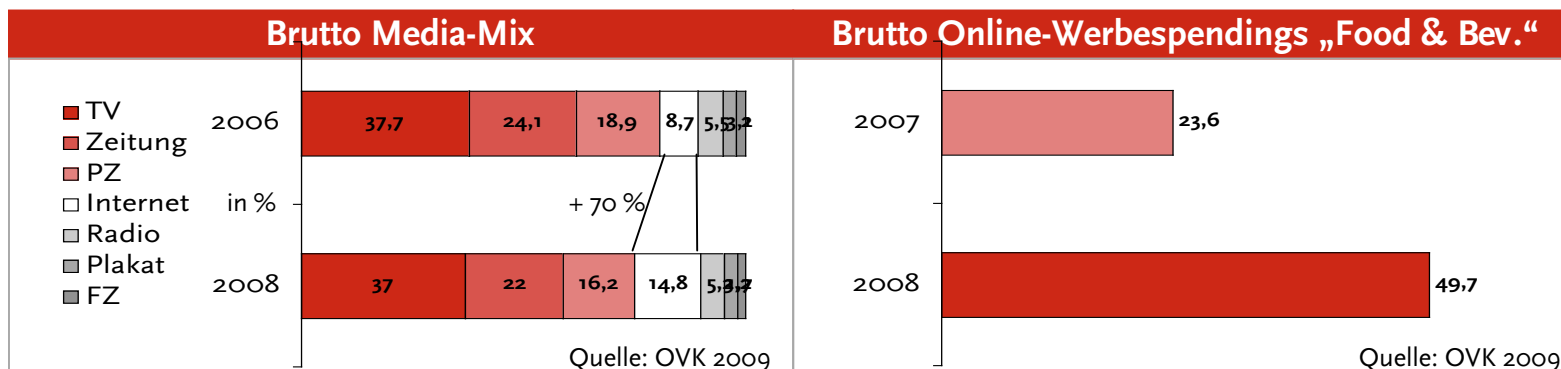
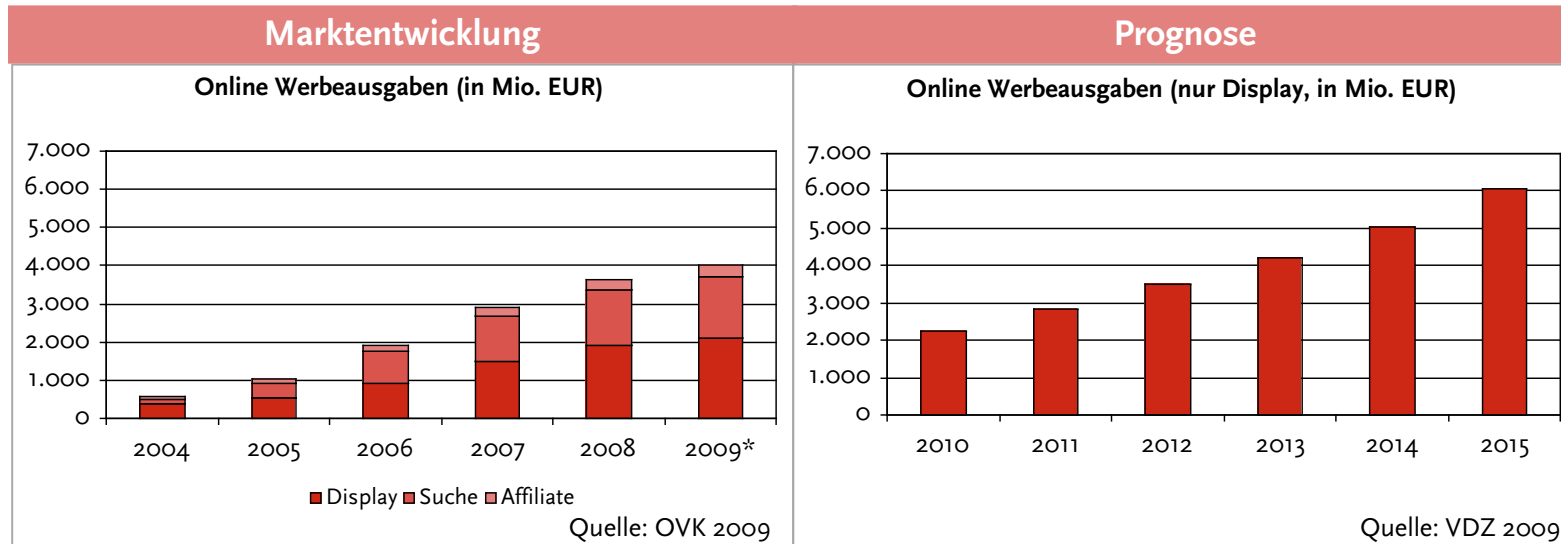


| Agenda

- + Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren
- + Ausweg: Umfassende Bewertung aller Effekte
- + **Übergreifende Erfolgskontrolle von Brand Kampagnen**
- + WebSurveys Zentrales Instrument für qualitative Insights

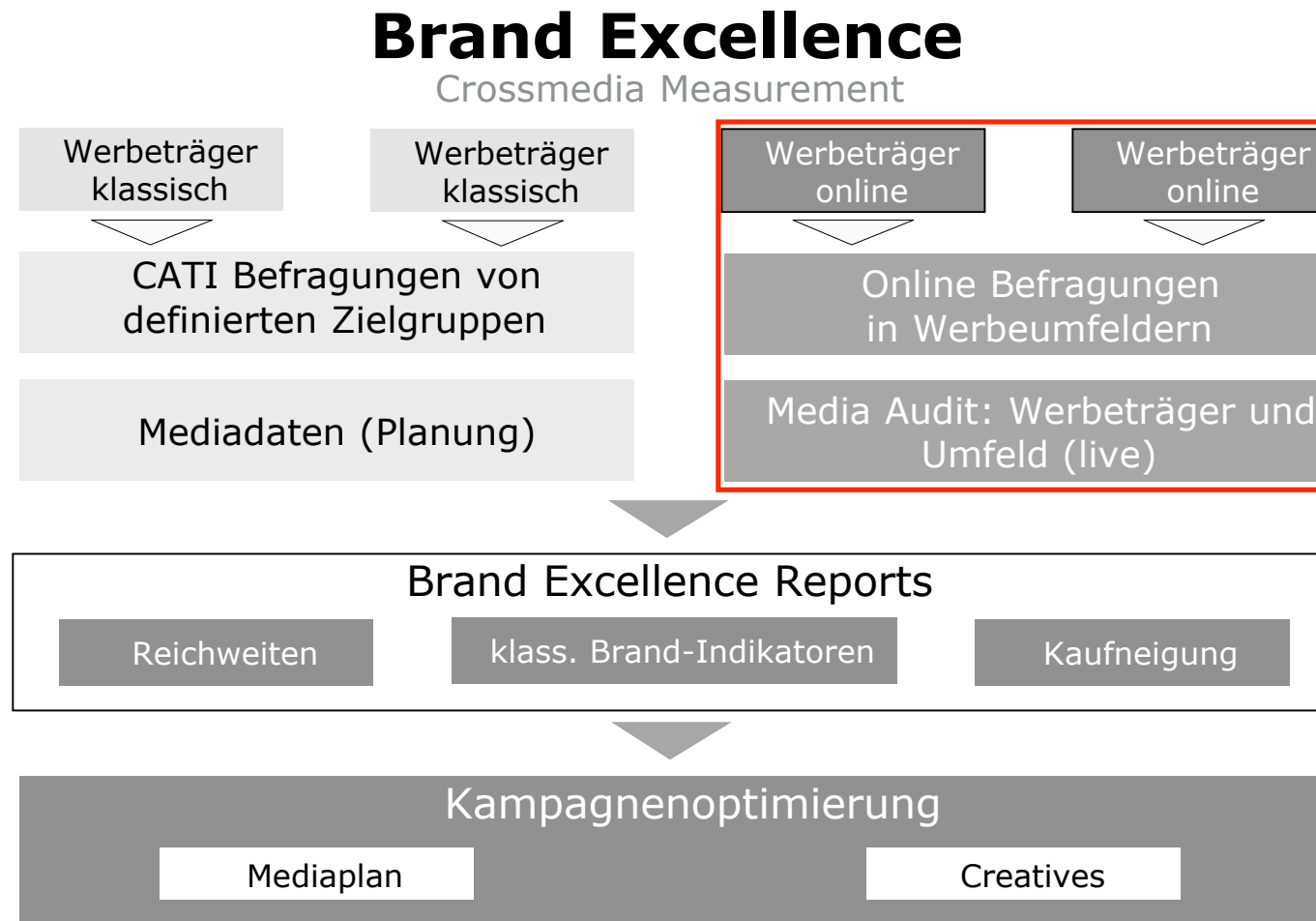
Der deutsche Online-Werbemarkt wächst...

Prognose: Verdreifachung des Display-Werbemarktes in den kommenden 6 Jahren



Übergreifende Erfolgskontrolle von Brand Kampagnen

Brand Excellence kombiniert Offline- und Online-Controllingkompetenzen

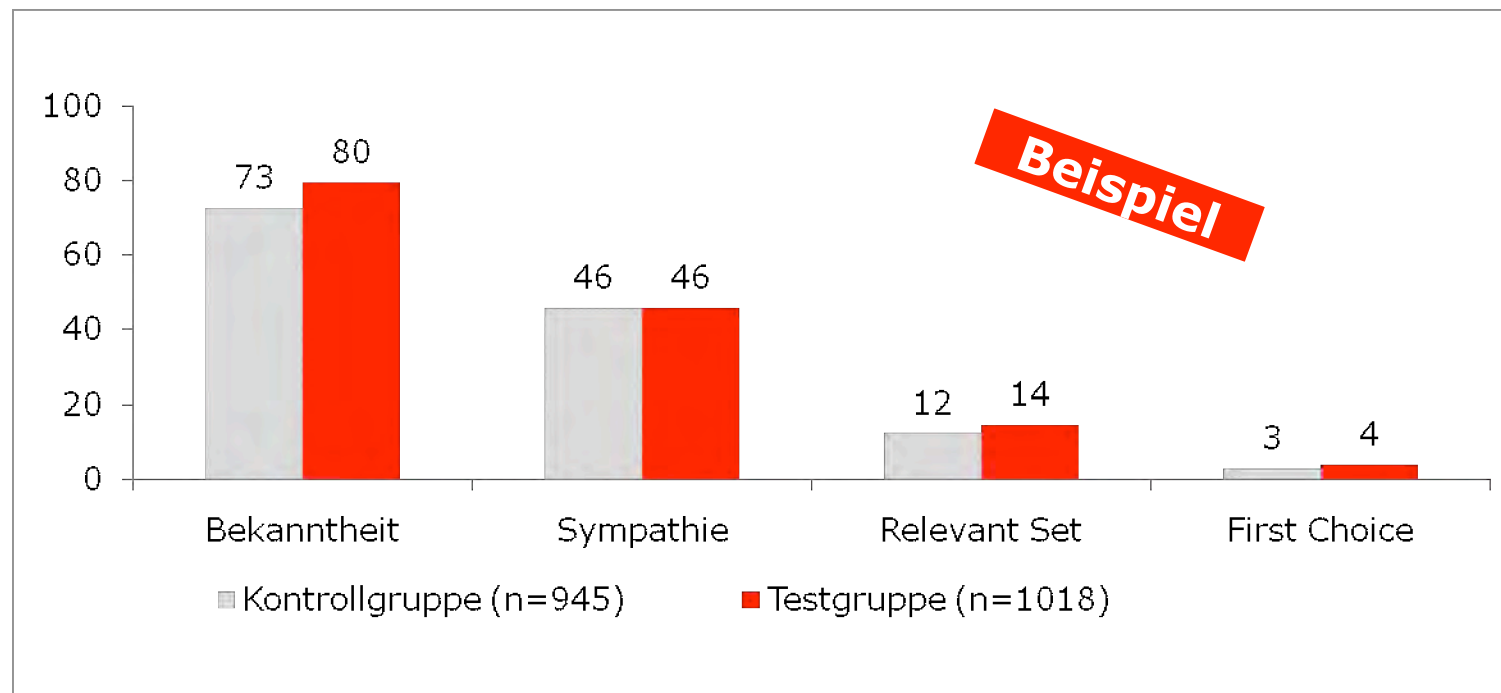


Strategische Erfolgskontrolle: Markenneigung

Brand Excellence ermittelt die Markenwirkung – jenseits des Klicks

Brand Excellence

Crossmedia Measurement

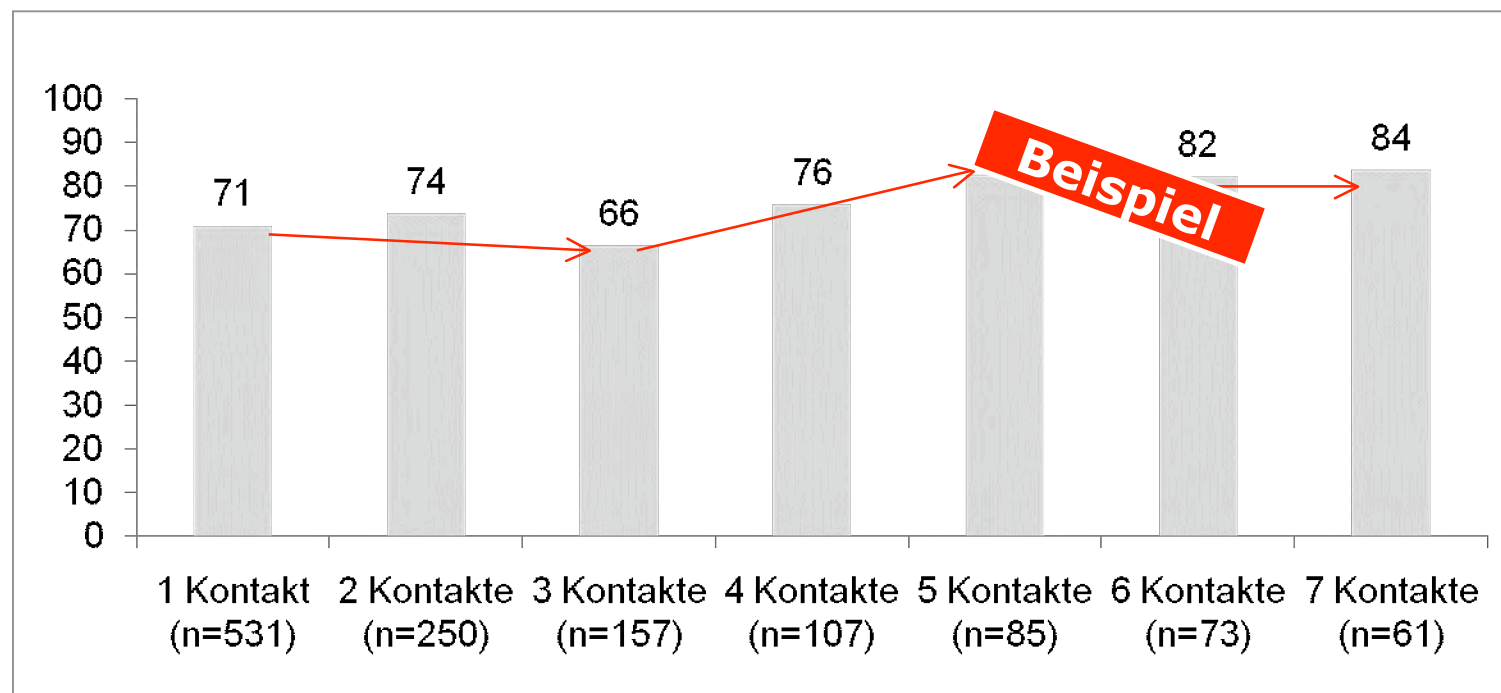


Taktische Erfolgskontrolle: Kontakthäufigkeit

Brand Excellence ermittelt die optimale Online-Kontakthäufigkeit

Brand Excellence

Crossmedia Measurement

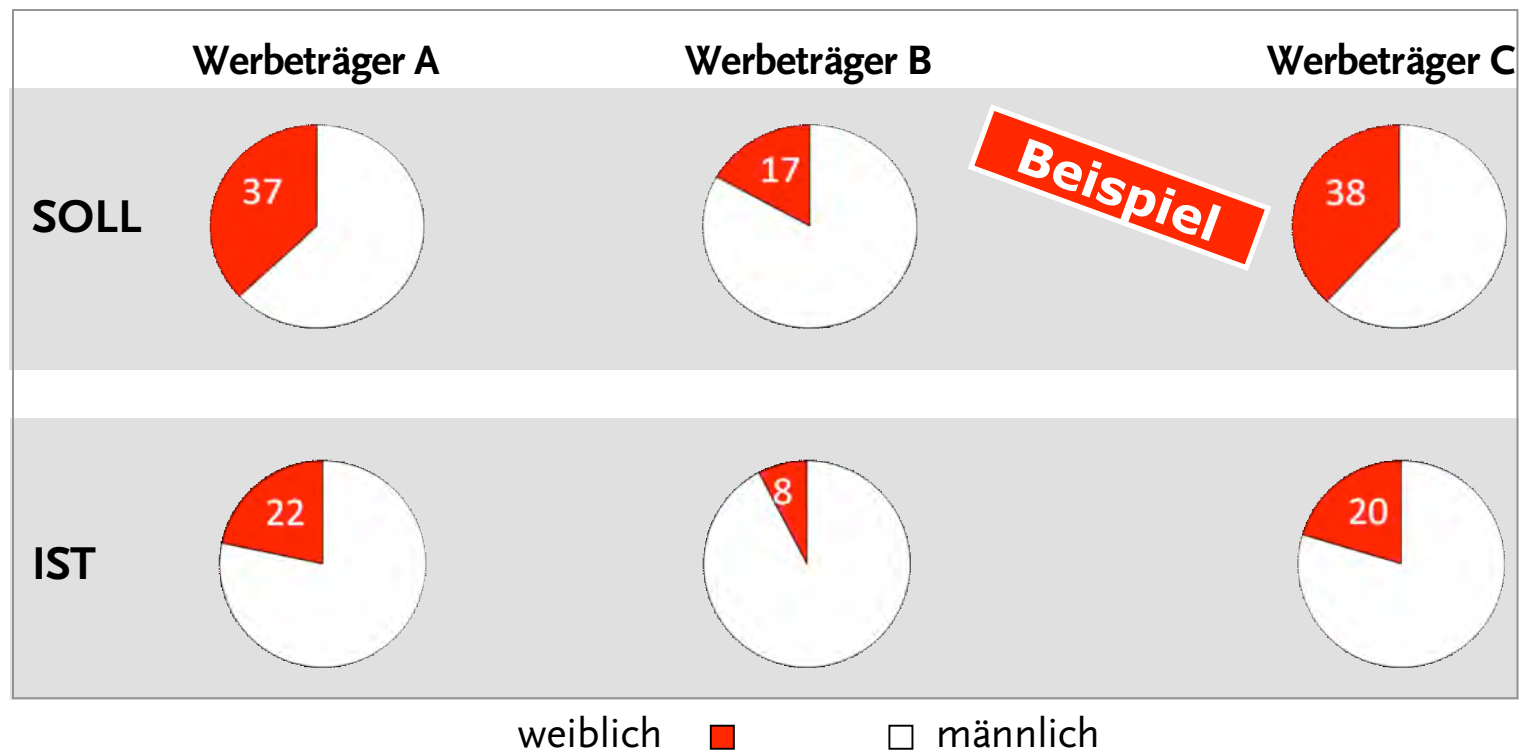


Strategische Unterstützung der Mediaplanung

Brand Excellence kann die Leistungsdaten der Online-Vermarkter überprüfen

Brand Excellence

Crossmedia Measurement

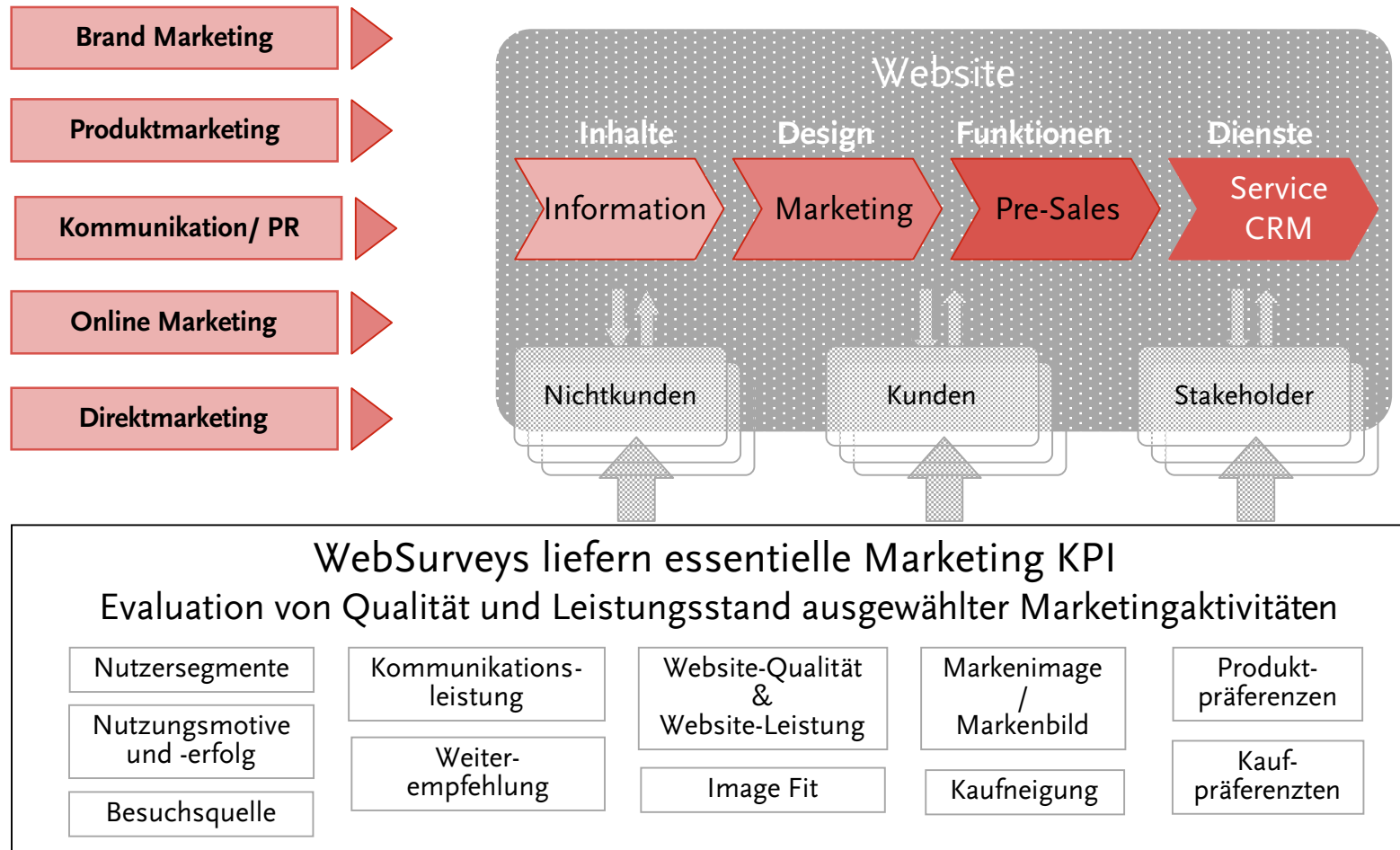


| Agenda

- + Vorsicht Falle: Die Grenzen des technisch Messbaren
- + Ausweg: Umfassende Bewertung aller Effekte
- + Übergreifende Erfolgskontrolle von Brand Kampagnen
- + **WebSurveys Zentrales Instrument für qualitative Insights**

WebSurvey: Zentrales Instrument für qualitative Insights

Solide Befragungskonzepte können alle Marketingdisziplinen unterstützen



Vielen Dank!

Noch Fragen ;-)

.companion Strategieberatung
Uhlandstraße 179-180
D-10623 Berlin
www.companion.de

+49.30.887 285 59
+49.177.623 21 89
bachem@companion.de

**„Nur Marketing und Innovation schaffen Ergebnis.
Der Rest sind Kosten.“**
Peter Drucker

.COM | PANION

BESSERES MARKETING. BESSERE PROZESSE.

Marketing und Strategie für den Wettbewerb von Morgen

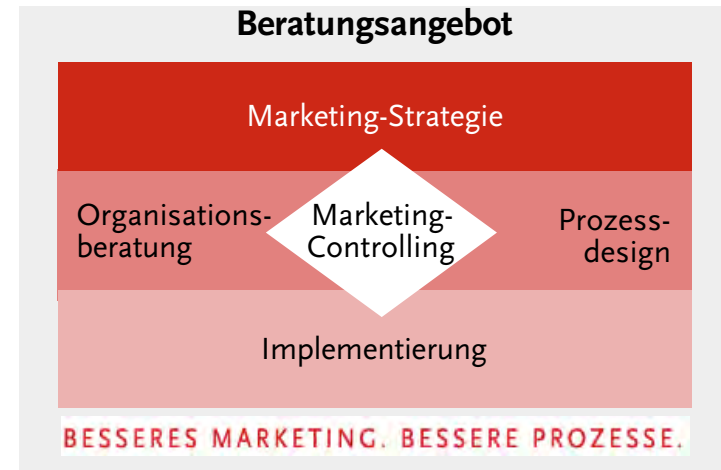
.companion bietet Marketingberatung aus herausragender Umsetzungserfahrung

- + .companion entwickelt seit 1998 umsetzungsfähige **Marketing- und Medienstrategien**.
- + Wir erstellen **belastbare Geschäftspläne**, planen Marketing- und Crossmedia-Budgets, konzipieren Maßnahmen und Managementwerkzeuge.
- + Mit Partnern betreiben wir **eigene Forschung** und Benchmarking-Initiativen.
- + Entscheider in Marketing und Kommunikation nutzen uns, um **besser und schneller zu Ergebnissen** zu kommen.

Markenwert	Absatz	Kundenwert	Prozesskosten
Strategieberatung für Marketing <u>und</u> Prozesse			
Dr. Christian Bachem		Michael Heine	
			
seit 1995 Strategic Planning & Marketing		seit 1996 E-Business-Strategie & Controlling	

Die gemeinsame Mission: Profitables Marketing

Mit .companion die Performance von Marketing und Marketingprozessen steigern



Typische Leistungen und Projekte

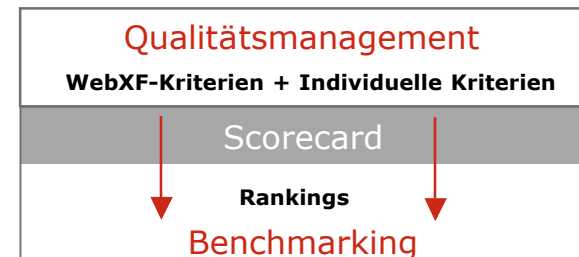
Marketing-Strategie	Marketing-Controlling	Marketing-Organisation	Implementierung
<ul style="list-style-type: none"> + Potenzialermittlungen + Markt- und Mediastrategien + Geschäftspläne + Business Cases + Wertbeitragsberechnungen + Budgetallokation 	<ul style="list-style-type: none"> + Brand- und Kampagnencontrolling + Kennzahlenentwicklung + Benchmarking und Reportingkonzepte + Marketing Scorecards + Kundenbefragungen 	<ul style="list-style-type: none"> + Performance Management Konzepte + Organisationsentwicklung + Crossmedia Prozesse + Kampagnen Prozesse + Controlling Prozesse 	<ul style="list-style-type: none"> + Anforderungsmanagement + Ausschreibungsmngmnt. + Projektmanagement

Referenzen: Eigenes Kommunikationsbenchmarking seit 2004

WebXF ist eine von Unternehmen getragene Initiative für standardisierte Leistungsbewertung

.companion führt das Web Excellence Forum mit aktuell 23 Großunternehmen aus USA, Deutschland, Schweiz und Österreich

- Standards zur Bewertung von Leistung, Qualität und Wertbeitrag von Webkommunikation
- Vollintegriertes Methoden-Portfolio: Web Analytics, Surveys, Mystery Tests, Inhaltsanalysen
- branchenübergreifende Benchmarking Practice
- Scorecard Software
- dauerhafte wissenschaftliche Begleitung



Ausgezeichnet mit dem Deutschen PR-Preis 2008

Referenzen

Auswahl

- + **Web Excellence Forum:** seit 2004. Permanentes Online Brandmonitoring und -benchmarking
- + **Retailbank:** 2009. Integration Online-Kampagnentracking in Crossmedia-Werbetracking
- + **Versorger:** 2009. Onlinekennzahlssystem für Marketing Effectiveness Framework
- + **Versicherer CH:** 2009. Einführung integriertes Online Brandmonitoring
- + **Industrie:** 2008. Integration Werbetracking für multinationale Online-Imagekampagne
- + **Finanzdienstleister:** 2008. Reorganisation Marketingabteilung
- + **Zeitschriftenverlag:** 2008. Strategieentwicklung und Businessplanung Online
- + **Zeitungsverlag:** 2008. Managementinformationssystem zur Vertriebssteuerung
- + **Retailer:** 2007 und 2008. Potenzialermittlung und Strategieentwicklung paneuropäischer B2C E-Commerce
- + **Telco:** 2007. Interne Web 2.0 Strategie
- + **Telco CH:** 2007. Strategie Aufbau crossmedialer Werbevermarkter
- + **Kundenclub:** 2006 Strategie und Implementierung Online 1to1 Marketing

BESSERES MARKETING. BESSERE PROZESSE.

| Fragen? Gerne!

Wenden Sie sich einfach direkt an uns

Dr. Christian Bachem

+49.30.887 285 59

+49.177.623 21 89

bachem@companion.de

Michael Heine

+49.30.887 285 58

+49.178.282 74 80

heine@companion.de