

## Erfolgsfaktoren des regionalen Vertriebs: Strategische Anreicherung von Kundendaten

Ein Unternehmen mit Flächenvertrieb stellt fest, dass seine Marketing- & Vertriebsmaßnahmen regional sehr unterschiedlich erfolgreich sind. Die Kundendaten-Anreicherung aus externen Quellen sowie ein Strukturmodell machen Gesetzmäßigkeiten transparent und nutzbar.

### Herausforderung

Unser Klient fährt ein sehr **umfangreiches Maßnahmen-Programm** an genutzten Kanälen, bespielten Inhalten und unterschiedlichen Marken-Schwerpunkten aus seinem Sortiment. Der Klient hat das Ziel, künftig systematisch die **Marketing- & Vertriebsstrategie an den regionalen Gegebenheiten** auszurichten und so sein Budget effektiver einzusetzen.



### Lösung

#### Schritt 1: Anreichern der Kundendaten mit externen Informationen zur Region

Wir aggregierten die Kundendaten regional und fügen wirtschaftliche sowie **sozio-demographische Daten**, z.B. zur Bevölkerung, ihrer Kaufkraft und dem dortigen Branchen-Absatz, hinzu. Zudem nutzen wir **Schnittstellen** zu Google und sozialen Medien, um z.B. die **Wettbewerbsdichte**, **Distanzen** zum nächsten Outlet und die **regionale Relevanz einzelner Themen** abzuleiten.

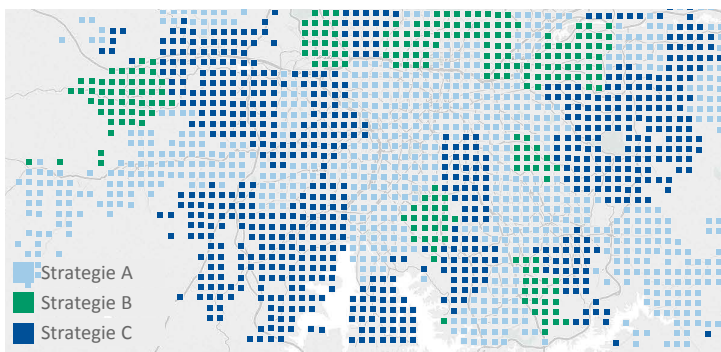
#### Schritt 2: Erkennen von regionalen Erfolgsfaktoren

Wir stellen ein **Strukturgleichungsmodell des Marketing- & Vertriebs Erfolgs** für vergleichbare Regionen auf. In Verbindung mit den dort in der Vergangenheit durchgeführten Marketing- & Vertriebsmaßnahmen können wir die jeweiligen **Erfolgstreiber ableiten** und die Strategie in diesen Regionen **künftig gezielt ausrichten**.



### Ergebnis

VERTEILUNG UNTERSCHIEDLICHER STRATEGIEN INNERHALB DES EINZUGSGEBIETS:



- Wir identifizieren im gesamten Einzugsgebiet drei vergleichbare Regionen-Typen, für die ähnliche externe Informationen vorliegen.
- Wir analysieren für jeden Typ den historischen Einsatz in Marketing- & Vertrieb sowie dessen Erfolg.
- Wir finden konkrete Erfolgstreiber je Regionen-Typ.

**Der Klient setzt nun gezielt auf regionale Schwerpunkte im Marketing- und Vertriebs-Mix. Er steigert den Marketing-ROI um 8 Prozentpunkte.**

## Contact