



## **SAS® MARKETING EVOLUTION ASSESSMENT**

Der 360°-Qualifizierungs-Workshop  
für Ihre Customer Intelligence-Strategie

## Überblick

Die Anpassung der Marketingorganisation an veränderte Markterfordernisse, Zielvorgaben oder Kundenprozesse stellt einen Umgang mit sensiblen Unternehmenswerten dar. Das Kundenbeziehungsmanagement kennt keine Pause, und jeder Veränderungsprozess setzt eindeutige Ziele und eine genaue Standortbestimmung voraus.

- Was ist der Status quo?
- Wie lautet die Strategie?
- Welches sind die aktuellen Problemstellungen, die einer schnellen Lösung bedürfen?
- Welche Zielsetzungen im Kundenbeziehungsmanagement sollen erreicht werden?

Das SAS Marketing Evolution Assessment-Verfahren verschafft Ihnen an jedem Punkt im Unternehmen den nötigen Einblick, wie gut die Marketing-Wertschöpfungskette funktioniert.

Die gemeinsame Leistungsanalyse erzeugt Einvernehmen über aktuelle Stärken und Potenziale sowie akute Handlungserfordernisse und mittelfristige Perspektiven.

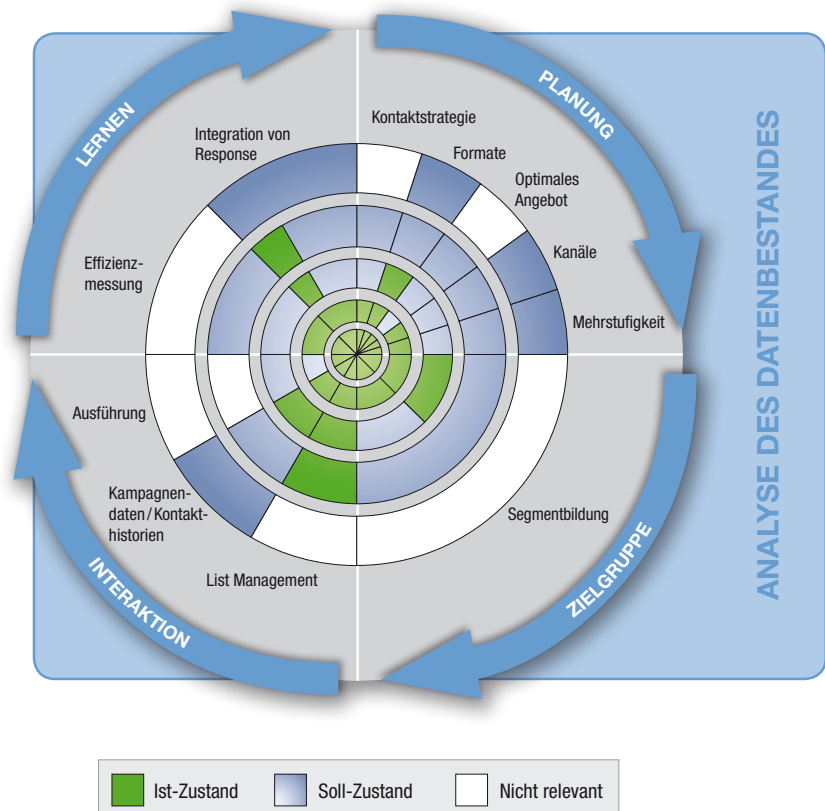
## WIE GUT FUNKTIONIERT IHR MARKETINGKREISLAUF?

Der Wirkungsgrad des Kundenbeziehungsmanagements gehört unverändert zu den zentralen unternehmerischen Erfolgsgrößen. Vielerorts haben sich durch die digitalen Medien, ein verändertes Kundenverhalten und neue Marktteilnehmer Aufgabenschwerpunkte verlagert. Entscheidungstransparenz und Manövrierfähigkeit sind wichtige Parameter für die Marketingsteuerung im komplexen Multikanalumfeld.

Die Integration aller Marketingdisziplinen und Kommunikationskanäle bleibt eine der bedeutendsten Herausforderungen des Kundenbeziehungsmanagements. Sein Erfolg und Wertertrag sind unmittelbar mit der Lösung zentraler Fragestellungen verbunden:

Sein Erfolg und Wertertrag sind unmittelbar mit der Lösung zentraler Fragestellungen verbunden:

- Wie verlässlich ist die Wissensgrundlage, auf der in Ihrem Unternehmen kundenbezogene Entscheidungen getroffen werden?
- Wie gut funktioniert das Zusammenspiel aus Inbound- und Outbound-Kommunikation?
- Gelingt die Konvergenz der Kanäle? Fließen Online-Informationen und Offline-Wissen zusammen?



Die schrittweise Marketingprozess-Evaluierung erfolgt auf Grundlage der Analyse des verfügbaren Datenbestandes

- Können mehrstufige Multikanalkampagnen in großer Anzahl zeitnah umgesetzt werden?
- Wer entscheidet über Prioritäten, Regelwerke und benötigte Ressourcen?

### **Standortbestimmung mit Weitblick: das SAS Marketing Evolution Assessment**

Der interdisziplinäre Intensivworkshop verhilft Ihnen binnen eines Arbeitstages zur Standortbestimmung entlang der gesamten Marketing-Wertschöpfungskette in Ihrem Unternehmen: Datenbasis → Planung → Zielgruppe → Interaktion → Evaluierung. Ob Marketing-Fachabteilung, Analysten, IT oder Servicebereiche, hier bringen Sie alle Experten an einen Tisch. Schaffen Sie Einvernehmen in Ihrer Organisation über Ihren aktuellen Status quo, die zu erreichenden Ziele sowie die dafür erforderlichen und priorisierten Maßnahmen.

Das angewandte Analysekonzept basiert auf einer international erprobten und vielfach bewährten Methodik. Anhand eines umfassenden Fragenkatalogs werden Ist- und Soll-Zustände unterschiedlicher Prozessphasen abgebildet und an einem differenzierten Reifegradmodell bemessen. So werden beispielsweise Art und Umfang der Informationsgewinnung, Grundlagen der Kontaktstrategie, Kampagnenabläufe oder Aspekte der Werbeerfolgskontrolle auf den Prüfstand gestellt.

In begleitenden Diskussionen werden nach Bedarf Abhängigkeiten einzelner Fragestellungen erörtert, mögliche Entwicklungsstufen definiert und Prioritäten für spezifische Aufgabenfelder festgelegt.

## **UNSER LEISTUNGSVERSPRECHEN**

### **Transparenz**

Der 360°-Blick auf Ihre Marketingorganisation verschafft Ihnen die nötige Klarheit über den Reifegrad wichtiger Funktionsbereiche, bestehende Stärken und Schwächen, vorhandene Bedürfnisse sowie dringende Handlungserfordernisse. Die Analyse legt offen, wo möglicherweise Engpässe in der Abstimmung bestehen, Schnittstellen fehlen oder Qualitätsansprüche unerfüllt bleiben. Oft ergeben sich zudem wichtige Denkanstöße für Synergien aus vorhandenen Expertisen und Abläufen.

### **Einvernehmen**

Ob teamintern, innerhalb des Fachbereichs oder über Abteilungsgrenzen hinweg, hier gleichen Sie Ihre Erwartungen, Perspektiven und Standpunkte miteinander ab und schaffen ein kollektives Verständnis aller Teilnehmergruppen für die gemeinsamen Zielsetzungen.

### **Nachvollziehbarkeit**

Die vollständige Dokumentation und Zusammenfassung der Workshop-Resultate sowie die interne Ergebnispräsentation liefern Ihnen wichtige Bezugspunkte für Folgemaßnahmen. So lassen sich auch in der Rückbetrachtung Entscheidungen nachvollziehen und die Wirksamkeit eingeleiteter Veränderungsprozesse kann langfristig bewertet werden.

### **Orientierung**

Mit der Expertenanalyse aus dem SAS Marketing Evolution Assessment gelangen Sie in eine optimale Ausgangsposition für die nächsten Entwicklungsschritte und die Ausrichtung Ihrer Marketingmanagementstrategie. Hier

profitieren Sie von der langjährigen Praxiserfahrung und Branchenexpertise eines hochqualifizierten Kompetenzteams. Das weitreichende Verständnis für komplexe Abläufe und Organisationsstrukturen verschafft Ihnen die erforderliche Orientierung und Entscheidungssicherheit.

### **Begleitung**

Die Vorstellung der zentralen Erkenntnisse aus dem Workshop findet im Rahmen einer Abschlusspräsentation durch unsere Business-Experten statt. Die Beratung umfasst konkrete Handlungsempfehlungen und Praxistipps für das weitere Vorgehen.

Gerne begleiten wir Sie auch über die initiale Standortbestimmung Ihrer Marketingorganisation hinaus. Weitere Schritte der Zusammenarbeit könnten etwa die Ausarbeitung eines konzeptionellen Lösungsvorschlags, die Spezifizierung ausschreibungsrelevanter Anforderungen oder die Durchführung eines Proof-of-Value-Verfahrens zur Bewertung nutzbarer Optimierungspotenziale sein. Das SAS Kompetenzteam steht Ihnen in allen wichtigen Kerndisziplinen mit bestmöglicher fachlicher Expertise, umfassendem Technologie-Know-how sowie ausgeprägtem Praxisverständnis zur Seite.

## SAS® MARKETING EVOLUTION ASSESSMENT – IN ALLER KÜRZE

- Halbtägiger Workshop mit SAS Customer Intelligence-Experten
- 6 bis 8 Teilnehmer aus Ihrem Unternehmen
- Interdisziplinär: Marketing, Database Marketing, Kampagnenmanagement, Reporting, Analytik, IT, Werbeerfolgskontrolle
- Status-quo-Analyse und Zielbestimmung der Marketingorganisation
- International erprobte Methodik mit Qualifizierungsfragenkatalog und Reifegradmodell
- Flexible Ausrichtung an konkreten Themenstellungen des teilnehmenden Unternehmens
- Vollständige Ergebnisdokumentation und Abschlusspräsentation
- Bedarfsorientiertes Coaching und Prozessbegleitung
- Ergebnisbericht und Handlungsempfehlungen für das Marketingmanagement

### Das Analysekonzept

Die Erarbeitung eines neutralen, zielgerichteten Soll-Ist-Vergleichs verschafft Ihnen punktgenauen Aufschluss über

- den aktuellen Wirkungsgrad Ihrer Marketing- oder CRM-Organisation,
- die vorhandene Informationsgrundlage für Ihre Entscheidungsprozesse,
- wichtige Handlungsfelder und Optimierungspotenziale,
- die zu schaffenden Voraussetzungen für eine verbesserte Marketingeffizienz und die Umsetzung der Marketing- bzw. Kundenstrategie.

### Für wen ist das SAS Marketing Evolution Assessment relevant?

Das Workshop-Angebot richtet sich an Fachentscheider, Projektleiter und Strategieverantwortliche aus den Bereichen CRM, Vertrieb, Marketing, IT und Geschäftsleitung. Vor allem endkundenorientierten Unternehmen liefert die umfassende Statusanalyse wertvolle Entscheidungshilfen für die Ausrichtung der Marketingorganisation an aktuellen Fragestellungen und Herausforderungen.

### Interesse? Dann sprechen Sie uns an.

Ihr Kontakt: Claudia Spermann, Business Expert Customer Intelligence

Telefon +49 6221 415-123, E-Mail: [cspermann@ger.sas.com](mailto:cspermann@ger.sas.com), [www.sas.de/mea](http://www.sas.de/mea)



THE  
POWER  
TO KNOW.

SAS Institute GmbH, In der Neckarhelle 162, 69118 Heidelberg, Germany

Phone +49 6221 415-123, Fax +49 6221 415-145

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

SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. ® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2010, SAS Institute Inc. All rights reserved.