

Cintellic-Studie: Cross-Channel Marketing im Handel

18.08.2015, 10:08 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Cintellic Consulting Group*

Presseagentur: *Cintellic Consulting Group*



Die Notwendigkeit auf die Ansprüche und Erwartungen der Kunden einzugehen, ist heute aktueller denn je. Aus mehreren Gründen. Zum einen haben zwei Jahrzehnte der „Bombardierung“ mit unpassender, unpersönlicher Werbung den Kunden stark sensibilisiert, zum anderen haben sich die Ansprüche und das Verhalten der Kunden unter dem Einfluss der Digitalisierung stark gewandelt. Eine der größten Herausforderungen für Handelsunternehmen ist es, diesen Wandel anzunehmen und die Kommunikation darauf anzupassen. Hierbei gilt es die unterschiedlichen Phasen im Kundenlebenszyklus zu berücksichtigen:

- Interessent/Nichtkunde
- Neukunde
- Stammkunde
- Passiver Kunde

Der Interessent bzw. Nichtkunde ist auf der Suche nach einem Produkt, mit welchem er einen vorhandenen Bedarf decken kann. Neukunden haben ein entsprechendes Produkt gefunden und werden – Zufriedenheit vorausgesetzt – durch Wiederholungskäufe zu Stammkunden. Kauft der Kunde über einen bestimmten Zeitraum nicht ein, wird er zum passiven Kunden. Jede dieser Phasen ist durch unterschiedliche Erwartungen und Ansprüche geprägt.

Kundenlebenszyklus-basierende Kommunikation

Für eine möglichst zielgerichtete und effektive Kundenkommunikation ist es wichtig zu wissen, wie genau sich diese Phasen unterscheiden. Zu welchen Anlässen möchten Neukunden angesprochen werden? Wie müssen wir unsere Ansprache gestalten, um Stammkunden zum Wiederkauf zu animieren? Welche Kanäle sind für passive Kunden interessant? Und wie affin sind passive Kunden überhaupt noch für unsere Werbemaßnahmen?

Diesen und vielen weiteren Fragen ist die Cintellic Consulting Group zusammen mit ihrem Partner, der defacto research & consulting GmbH, in einem groß angelegten B2C Panel nachgegangen. Hierzu wurden 1.440 Kunden und Interessenten eines internationalen Modelabels in Deutschland nach ihren Vorlieben, Interessen und Wünschen an die Kundenkommunikation befragt. Die Ergebnisse präsentieren wir Ihnen in dieser Studie.

Zu den Ergebnissen der Studie: <http://cintellic.com/Studie-Cross-Channel-Marketing-im-Handel/>

Portrait

Die Cintellic Consulting Group ist als Beratungshaus spezialisiert auf die Bereiche Customer Experience Management, Customer Relationship Management, Marketing Operations Management, Kampagnenmanagement und Business Intelligence. Ihre Mitarbeiter besitzen langjährige Erfahrung in der Strategie-Entwicklung sowie in den Bereichen Prozessoptimierung und Customer Insights. Cintellic verbindet strategisches Know How mit Kompetenz im Bereich der Datenanalyse und Business Intelligence und bietet Konzeptentwicklung und Umsetzung aus einer Hand.

News-ID: 866514 • Views: 700 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/866514/Cintellic-Studie-Cross-Channel-Marketing-im-Handel.html>