

Expertenbeitrag

Prof. Dr. H. Holland: «10 Trends, die das Dialogmarketing bewegen»





Autor
Prof. Dr. Heinrich Holland

holland-consulting@online.de
www.holland-consult.de

Professor an der Fachhochschule Mainz, University of Applied Sciences und Akademieleiter der Deutschen Dialogmarketing Akademie (DDA), Frankfurt, Düsseldorf, Hamburg, Stuttgart

Das Dialogmarketing ist eine dynamische Disziplin, die sich fortlaufend den aktuellen Entwicklungen anpassen muss. Technische Innovationen und geänderte Marktbedingungen stellen Unternehmen ständig vor neue Herausforderungen. Der Dialogmarketingexperte Prof. Dr. Heinrich Holland hat in einem Beitrag in der Fachzeitschrift ONEtoONE die wichtigsten Trends publiziert. Wir haben die Essenz daraus für Sie zusammengefasst.

Trend 1: Nischenmärkte mit austauschbaren Produkten

Die Märkte differenzieren sich immer weiter, so dass die Unternehmen mit ihren – oft austauschbaren – Angeboten kleiner werdende Marktlücken und -nischen ansprechen müssen, die sie nur noch direkt erreichen können. «Dem Massenmarketing ist seine Voraussetzung abhanden gekommen: Es gibt keine Massen mehr», so Prof. Dr. Heinrich Holland.

Tipp: Setzen Sie das Dialogmarketing wirklich individuell ein und behandeln Sie die Kunden auch als wirkliche Individuen. So werden Sie auch bei einer Informationsüberlastung gehört.

Trend 2: Erfolgskontrolle

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind die Unternehmen nicht mehr bereit, in Marketinginstrumente zu investieren, deren Erfolg nicht eindeutig zu bewerten ist. Dialogmarketing bietet dank seiner Response-Orientierung sehr gute Möglichkeiten zur Erfolgskontrolle.

Tipp: Nutzen Sie diese Chance und kontrollieren Sie den Erfolg Ihrer Dialoginstrumente genau. Und: Testen Sie sich immer näher an die optimierte Ansprache heran.

Trend 3: Abnehmende Loyalität

Die Loyalität der Konsumenten gegenüber Produkten und Unternehmen nimmt dramatisch ab. Viele sehen keine grossen Unterschiede mehr zwischen verschiedenen Marken. Unternehmen versuchen, durch Dialogmarketing und Kundenbindungsmanagement die Markentreue zu steigern.

Tipp: Vermitteln Sie Ihren Kunden das Gefühl, bei Ihnen gut aufgehoben zu sein und bauen Sie durch Beziehungsmarketing eine emotionale Loyalität auf.

Trend 4: Informationsüberlastung

Der immer lauter geführte Informationswettbewerb um die Gunst der Konsumenten führt bei der Mehrheit der Menschen zu einer Informationsüberlastung, er irritiert und verunsichert sie. Mit einer individuell zugeschnittenen Kommunikation, welche die Konsumenten nicht «anbrüllt», sondern sie persönlich anspricht, werden sie sich aber gern beschäftigen.

Tipp: Statt die Empfänger mit Informationen zu überschütten, stellen Sie Informationen bereit, die der Interessent sich bestellen oder holen kann – Pull statt Push.

Trend 5: Hard- und Software

Die Programme zum Speichern und Verarbeiten von Adressen und individuellen Merkmalen bieten immer mehr Funktionen, werden bedienungsfreundlicher und zunehmend mit anderen Anwendungen kompatibel. Die Methoden der Analyse von Kundendaten haben sich stark weiterentwickelt und lassen immer feinere und treffsichere Segmentierungen zu.

Tipp: Nutzen Sie die heutigen technischen Möglichkeiten und schöpfen Sie das vorhandene Wissen aus Ihren Kundendaten.

Trend 6: Database-Management und CRM

Mit den Fortschritten bei Hard- und Software entwickelte sich zwangsläufig auch das Database-Management. Nur, wenn die Aktionen und Reaktionen zwischen Unternehmen und Kunden gespeichert werden, und ein umfassendes Wissen über den Kunden vorliegt, kann das Unternehmen einen individuellen Dialog aufbauen.

Tipp: Dialog bedeutet, auf sein Gegenüber zu reagieren. Speichern Sie die Reaktionen Ihrer Kunden und steuern Sie damit Ihre Kontakte, um einen langfristigen Dialog pflegen zu können.

Trend 7: Vielfalt der Medien und Integriertes Marketing

Die Palette der Dialogmarketing-Medien hat sich in den letzten Jahren ständig ausgeweitet, wobei der Dialog immer häufiger online geführt wird. Das Integrierte Marketing ist ganzheitlich. Nicht die Optimierung jedes einzelnen Marketinginstruments, sondern eine optimale Gesamtwirkung steht im Zentrum.

Tipp: Der Kunde hat die Freiheit, über alle Medien mit Ihnen zu kommunizieren. Stellen Sie sicher, dass Sie die Medien aufeinander abstimmen und integrieren und die vielfältigen Berührungspunkte mit Ihren Systemen abbilden können.

Trend 8: Geändertes Einkaufsverhalten

Das Internet hat das Einkaufsverhalten der Menschen verändert. Dabei ist bei den Konsumenten auch die Akzeptanz der Dialoginstrumente gestiegen.

Tipp: Bieten Sie Ihren Kunden mehrere Kanäle zum Kauf Ihrer Produkte an und achten Sie darauf, dass Sie diese gut verzahnen, damit sie sich gegenseitig befruchten, statt kannibalisieren.

Trend 9: Wertewandel der Verbraucher

Die Menschen verhalten sich individueller und werden unberechenbarer. Sie wechseln immer häufiger und schneller ihr Rollenverhalten und entwickeln zum Teil sehr spezielle Interessen und Bedürfnisse. Diesem Trend kann man durch die individuelle Ansprache des Dialogmarketings gut begegnen.

Tipp: Sprechen Sie Ihre Kunden persönlich an und unterbreiten Sie Ihnen passende Angebote, um deren Wunsch nach Individualität zu befriedigen.

Trend 10: Demografischer Wandel

In nahezu allen Altersschichten nehmen die Single-Haushalte deutlich zu. Unternehmen müssen neue Wege der Kontaktaufnahme finden, die der spezifischen, stark individualisierten Lebenssituation der Singles entsprechen. Ein weiterer demografischer Trend liegt in der starken Zunahme der Zahl der älteren Mitbürger.

Tipp: Ziehen Sie den demografischen Wandel in Ihre Überlegungen mit ein, wenn Sie Ihre Aktivitäten zur Kundengewinnung neu planen.

Quelle: Beitrag [«Die aktuellen Trends des Dialogmarketings»](#), erschienen in der Fachzeitschrift ONEtoONE 12/09, Autor: Prof. Dr. Heinrich Holland

10 Trends im Werbemarkt

[Trends von AdCoach herunterladen](#)

Weitere Trends auf DirectPoint

[Klicken und Bescheid wissen](#)

Weitere Informationen unter www.post.ch/directpoint.

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint