

Touchpoint Management optimieren!



Die neuen technologischen Entwicklungen haben die Art, wie Konsumenten Marken erleben, nachhaltig verändert. Viele neue Wege der Kommunikation und Interaktion mit Marken sind entstanden. Folglich erfahren Konsumenten Marken auf vielfältigere Weise als jemals zuvor. Jede Erfahrung hat das Potenzial, Einstellungen und Verhalten gegenüber Marken zu verändern.

Nicht alle Touchpoints sind gleich

In unserer heutigen Welt nehmen Konsumenten zunehmend Einfluss auf die Entwicklung von Marken. Markenbotschaften werden nicht mehr nur durch Werbung kommuniziert. Erlebnisse mit Marken können durch vielfältige Kontaktpunkte (sogenannte Touchpoints) entstehen. Marken können von Konsumenten getwittert, gepinnt, gepostet und geliked werden. Dabei sind nicht alle Touchpoints gleich - manche tragen mehr zur bleibenden Erinnerung bei und sind damit bedeutender als andere.

Herausforderung an das heutige Marketing

Während die zunehmende Dynamik in der Markenkommunikation einerseits eine enorme Chance für Marken eröffnet, ist die Vielzahl an Möglichkeiten aber auch eine enorme Herausforderung für das Marketing. In einer aktuellen Studie ist sich die große Mehrheit der deutschen Manager (95 Prozent) darin einig, dass das Touchpoint Management zukünftig noch weiter an Bedeutung gewinnen wird. Demgegenüber glauben aber nur 7 Prozent, dass sie dafür einen befriedigenden Ansatz zur Verfügung haben.



Definieren Sie Ihr Touchpoint Management neu

TNS Connect bietet Ihnen eine 360° Perspektive auf die Performance Ihrer Marke über alle Arten von Touchpoints hinweg:

- **Paid:** Werbung, Sponsoring, Produktplatzierung
- **Owned:** Läden, Produkterfahrungen
- **Earned:** Soziale Netzwerke, Weiterempfehlungen

Zur Evaluierung der Performance Ihrer Marke an jedem Touchpoint werden zwei zentrale Erfolgsgrößen gemessen: die Erinnerung an einen Touchpoint (erinnerte Reichweite) und dessen Einfluss auf die Markenstärke (Qualität der Erfahrung). Hierfür wird unser global validiertes Markenstärkemaß (Power in the Mind) aus unserem etablierten Conversion Model verwendet. Dieses misst genau, wie sich die Touchpoints Ihrer Wettbewerber auf die Wahrnehmung Ihrer Marke und Ihren Marktanteil auswirken.

Mit Connect können Sie die wirksamsten Touchpoints identifizieren. Dadurch können Sie Ihre Markenbotschaft systematisch stärken und die Rendite Ihrer Medienausgaben optimieren bzw. Ihre Medienausgaben bei gleicher Wirkung reduzieren. Connect basiert auf den neuesten Erkenntnissen der Verhaltensforschung und modelliert Daten auf Individualebene. Drei zentrale Fragen werden mit Hilfe dieses Verfahrens beantwortet:

- 1. Performance:** Was zeichnet Ihre Marke und die Ihrer Wettbewerber über alle Touchpoints hinweg aus? Unterstützt die Performance Ihrer Marke an den Touchpoints Ihre Markenstrategie?
- 2. Verbesserung:** Wie können Sie Ihre Touchpoint-Botschaften verbessern?
- 3. Optimierung:** Wie können Sie Ihre Marketingausgaben optimieren?

Mit den Antworten auf diese drei Fragen erhalten Sie das entscheidende Wissen, um Ihre Mediaplanung, Touchpoint-Auswahl und Kommunikationsstrategie zu verbessern.

Ein flexibler Ansatz

Connect ist eine bewusst schlank gehaltene und fokussierte Lösung, die je nach Fragestellung flexibel mit zusätzlichen Modulen angereichert werden kann, um

- in Social Media generierten Buzz zu verstehen
- die einflussreichsten Touchpoint-Momente entlang der Customer Journey aufzudecken
- kurz- und langfristige Effekte auf den Geschäftserfolg zu evaluieren
- die effektivste Touchpoint-Kombination zu identifizieren
- den Return on Marketing Investment zu optimieren
- die Hebel der emotionalen Aspekte Ihrer Marke zu identifizieren
- Ihre Kampagnen erfolgreicher zu machen
- zu verstehen, welche Touchpoints die Menschen im Kaufprozess bewegen
- mit offenen Fragen ein tieferes Verständnis zu gewinnen

Connect ist ein umfassendes Tool zur Touchpoint-Analyse. Die Optimierung der Performance unter Berücksichtigung Ihrer Marketingausgaben und der Leistungsfähigkeit Ihrer Wettbewerber gewährleistet eine effiziente Steigerung Ihres Markenwerts. Unser branchenführendes Conversion Model bietet Ihnen in Kombination mit den neuesten Erkenntnissen aus der Verhaltensforschung eine hohe Validität der Studienergebnisse. Connect ist für alle Branchen und in allen Regionen weltweit einsetzbar. Connect verbessert in kürzester Zeit Ihr Marken-Management und Ihre Kommunikationsstrategie.

TNS - weltweit führend in Marken- und Kommunikationsforschung

Unsere Brand & Communication-Experten sind begeistert von Marken. Wir verstehen die Menschen, ihre zugrunde liegenden Motivationen und wie sie Entscheidungen treffen. Neue Technologien verändern die Art, wie wir leben und wie Unternehmensentscheidungen getroffen werden. Deshalb suchen wir laufend nach neuen Quellen für Insights, investieren in neue Erhebungsmethoden und unterstützen unsere Kunden darin, starke Marken aufzubauen.

Über TNS

TNS berät Kunden gezielt zu Wachstumsstrategien für neue Märkte, Markteinführungen, Innovationen, Markenänderungen und Kundenstrategien auf der Grundlage jahrelanger Expertise und marktführender Lösungen. Mit einer Präsenz in über 80 Ländern führt TNS mehr Gespräche mit Verbrauchern in aller Welt als jedes andere Unternehmen. Wir verstehen die Menschen und haben ein genaues Verständnis für individuelles menschliches Verhalten und Einstellungen über alle kulturellen, ökonomischen und politischen Regionen der Welt hinweg.

TNS ist Mitglied von Kantar, einem der führenden Informations- und Beratungsunternehmen weltweit.



Für mehr Informationen kontaktieren Sie bitte office@tns-austria.com oder besuchen Sie tns-austria.com