



DtC©

Direct to Customer Service

Neue Wege in den Kopf der Kunden

Mobilität in der Kommunikation

optimiert Ihre Kundenbindung



**Kundenbindung-
zugleich Ziel und Aufgabe im Wettbewerb
Wo den Hebel ansetzen?
Wie kommunizieren?
Wodurch Fehlsteuerung vermeiden?
Womit mehr Nutzen schaffen?
und mehr Nutzen - auch als Dienstleistung-
für andere erbringen?**



Der ideale Einstieg in die Zukunft:

- Aufwertung des Images durch **neue Servicedienstleistung**
- tägliche Steigerung der Produktzufriedenheit durch Zusatznutzen
- Kontinuierliche Präsenz beim Kunden
- Einfache und zeitsparende Kommunikation mit Ihren Kunden, **schneller Informationsfluss**
- Gewinnung von Marketing-Informationen: statistische Live-Auswertungen und -Analysen



Allein der Kundenvorteil zählt.

**Schnelle, regelmäßige und punktgenaue
Kommunikation ohne Fehlstreuung
sichert hohe Akzeptanz für jeden Provider
und für seine Produkte und von ihm angebotenen
Services.**

**Das ist ein Plus, welches im Marketing zählt und
zu extremer Ausbaufähigkeit von Diensten führt**



DtC[®] Direct to Customer Service hat gute Basis:

Handy-Nutzung multikulturell

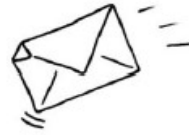
Zeitungen



Navigation



SMS-WAP



Pannenhelfer

Fernsehen



UMTS-GPRS



Bezahlsystem
als Ticket

Fotoapparat



Musikanlage



Studie: Mobiles Marketing

Trend-Studie zum Mobilien Marketing: Markenfestigung durch SMS

55% der befragten Konsumenten **erinnern sich** nach einer Mobilien Marketing-Kampagne **ungestützt an das Unternehmen**

32,6% der befragten Konsumenten halten **Unternehmen** mit einer mobilien Marketing-Kampagne für **zukunftsorientiert**

26,3% verbinden mit dem **Unternehmen** den Begriff „**innovativ**“

18,3% verbinden mit dem Unternehmen zusätzlich den Begriff „**serviceorientiert**“

Expertenstimmen: **Mobiles Marketing ist der neue Kommunikationsweg** zum Erreichen von Aufmerksamkeit, Markenbekanntheit und Kundenbindung

Mobiles Marketing wird zum Werbemedium der Zukunft:
Das Handy ist stets aktiv dabei – SMS/MMS werden immer häufiger genutzt



Zahlen des deutschen Handy-Marktes



78% aller Handybenutzer nutzen aktiv SMS zur Kommunikation.

Mehr als 50% der Handybenutzer über 50 Jahre nutzen bereits aktiv die SMS-Funktionen.

Der SMS-Umsatz wächst stetig: > 63,8 Mio. SMS/Tag in 2006

Durchschnittliche Umsatzsteigerung seit 2002: 14,65%



**Im Energiemarkt ein Pluspunkt:
DtC© Direct to Customer verbindet Anbieter mit
Nutzer
ermöglicht kontinuierliche Information
transportiert Zeitgeist und Aktualität
ermöglicht Event-Optionen
bringt Zählerablesung und Rückmeldung ein
integriert Dienste für mehr Nutzen**



Ein EVU kann mit DtC[©] mehr als nur kommunizieren.

DtC[©] ist der schnelle, persönliche Draht zum Kunden.

DtC[©] kommt auf die Sekunde genau an

DtC[©] läßt sich exakt auswerten und immer wieder optimieren

DtC[©]: Kundenbindung par Excellence



Das DtC© Backoffice:

„Rundum Sorglospaket“

- komplettes Backoffice online einsehbar
- Zukunftssicher durch permanente Weiterentwicklungen
- spezifische Datenaufbereitung/-auswertung
- vollständige technische Abwicklung, v. a.
- geprüfte Übergabe der SMS, Serverhosting – und monitoring.
- Call-Back-Service
- SMS-Versand international
- Integration weiterer Module (Abrechnungssysteme usw. möglich)
- Vermietung und Verwaltung von Domains



Leistungsmerkmale von DTC[©]

Call-Back-Service

Die Kunden hinterlassen auf dem Call-Back-Service ihre Kontaktdaten, damit sie kostenlos auf ihrem deutschen Mobiltelefon oder im Festnetz zurückgerufen werden können und Ihr Anliegen geklärt wird.

Per Telefon können für den Kunden Einstellungen an seinem persönlichen DtC Konto getätigt werden.

Fragen werden schnell & unkompliziert bearbeitet.

Der Call-Back Service übernimmt keinerlei beratende Funktion für den Auftraggeber. Er dient zur Unterstützung und als Hilfsfunktion für die Servicedienstleistung der DTC Direct-to-Customer-Dienste



Wie wird DtC[®] implementiert?

Alle Kunden sind mit Anschrift bekannt

Somit ergibt sich die Aufgabe durch

Brief und Aktion

den Kunden zu motivieren, seine Handy-Nummer anzugeben. Er bekommt dafür ein Dankeschön, zB die 20 schnellsten erhalten ein neues Handy

usw.



DTC© greift in die Vollen:

Regelmäßige SMS zu aktuellen Themen und Angeboten

**Zählerablesung, Umzugsmeldung,
Geburtstagsgruß, Kundenjubiläum usw**

**Was zählt ist der permanente, regelmäßige
Kontakt – etwa 12 – 20 mal im Jahr**

Das ist bezahlbar und kommt immer an



Mit DtC© ganzheitlich arbeiten

Es ist möglich, Dienste für andere zu erbringen:

zB. Für die Müllabfuhr:

Eine SMS erinnert daran, noch schnell die Mülltonne rauszustellen.

zB. Für das Schwimmbad

Eine SMS erinnert daran, dass das Erlebnisbad gerade heute was zu bieten hat



zB für das Erdgastankstelle

**Erdgas kostet nur 50 % ggü Benzin
und**

**Der Autohändler Sowieso hat gerade
ein tolles Angebot**

zB für den Veranstaltungskalender der Stadthalle

Ein Sommerkonzert der Stadtwerke

zB für den ÖPNV

Erdgasbusse fahren immer mehr



**Solcher Zusatznutzen ist erreichbar
und bringt Zusatzmittel in den Etat
des Stadtwerkes ein
Das Stadtwerk wird Mittler für viele
Dinge, die die Stadt und ihre
Einwohner angehen.
Direct to Customer©
ist die Brücke durch den
Blätterwald, zugleich Zaun des
Anzeigenfriedhofs und Motor
unikater Kommunikation**



Direct to Customer©

Ist der neue Weg in bekanntem Terrain
Wir bringen mit unseren Partnern Ihren Kunden
dichter an Sie heran. Auch im integrativen Service
für bestehende und zukünftige Marktpartner