



Maßgeschneiderte Vertriebsmaßnahmen mittels individueller IT-Typologien.

Medialine steht als Full-Service-Systemhaus für maßgeschneiderte IT-Lösungen sowohl für den Mittelstand als auch Konzerne. Medialine unterstützt Unternehmen von der Anforderungsanalyse, Ideensammlung und Konzeptentwicklung über die Ausarbeitung und Umsetzung der passenden IT-Strategie bis hin zu regelmäßigem technischem Support und Workshops für Mitarbeitende. Starke Partnerschaften und individuelle IT-Lösungen sind dabei das Erfolgsrezept von Medialine für maßgeschneiderte Projekte und langfristige Zusammenarbeit.

Um die Effektivität der Vertriebskanäle zu maximieren, Produktbotschaften wirkungsvoll einzusetzen sowie individuelle Marken- und Kommunikationsstrategien entlang der gesamten Customer Journey zur Umsatzsteigerung zu entwickeln, ist es essenziell zu wissen, welche Bedürfnisse die aktuellen und zukünftigen Kund*innen von Medialine haben und welche Kaufmotive, Vorlieben und Einstellungen sie leiten. So können (Vertriebs-)Maßnahmen zielgruppenspezifisch und entlang der gesamten Customer Journey präzise eingesetzt werden.



Die Herausforderung

Die besonderen Bedürfnisse und Kaufmotive der Kaufentscheider von IT-Lösungen verstehen, um eine individuelle Marken- und Kommunikationsstrategie entlang der gesamten Customer Journey zu entwickeln.

Die Vielfalt an Lösungen und Services, die Medialine erbringt, spiegelt sich auch im Kundenspektrum wider. Medialine hat Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen und von unterschiedlichster Größe.

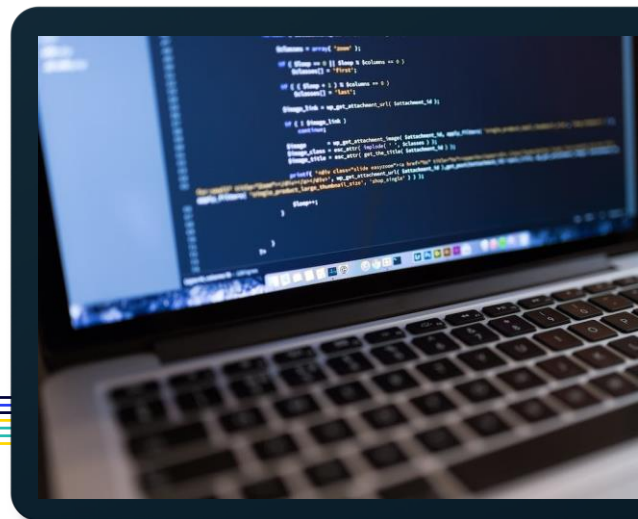
Vor dem Hintergrund der großen Vielfalt im Medialine-Kundenstamm und für die Neukundengewinnung sowie die Bindung von Bestandskunden stellt sich Medialine die Frage, wie die aktuellen und potenziellen Kunden noch zielgerichteter angesprochen werden können.

Zur Beantwortung der Frage müssen Unterschiede in Bedürfnissen, Kaufmotiven, Vorlieben und Einstellungen der aktuellen und potenziellen Kunden von Medialine erkannt werden, um die präferierten Kanäle der Kaufentscheider für IT-Lösungen zu identifizieren. Nur so können Maßnahmen zielgruppenspezifisch und entlang der gesamten Customer Journey präzise eingesetzt werden.

Für eine erfolgreiche Marken- und Kommunikationsstrategie bildet eine umfassende Kunden- und Zielgruppensegmentierung den Grundstein.

Die Typologisierung muss die Besonderheiten der Medialine-Kunden in Form von Entscheidern bzw. Einflussnehmenden in der IT-Branche berücksichtigen und dabei vor allem die Anforderungen und Präferenzen von Unternehmen im Bereich IT im Blick behalten.

Ein bestehendes System zur Segmentierung für diesen speziellen Anwendungsfall existierte bisher nicht.





MyPersona

Case Studies

Die Lösung

MyPersona: Ein exklusives Zielgruppensystem für Kaufentscheider von IT-Lösungen mit Fokus auf eine erfolgreiche Marken- und Kommunikationsstrategie entlang der gesamten Customer-Journey.

Um die Kaufmotive, Einstellungen und Bedürfnisse der Kaufentscheider für IT-Leistungen ganzheitlich zu verstehen, setzte Medialine auf MyPersona, das fundierte quantitative Zielgruppensegmentierung zu einem neuen Blick auf die relevanten Menschen einsetzt.

Cogitaris führte zu diesem Zweck eine quantitative Befragung unter Entscheidern sowie Beschäftigten mit Einfluss auf die IT-Infrastruktur der Unternehmen durch. Im Rahmen dieser Studie wurden Typologien auf Basis von relevanten Aspekten gebildet. Dabei wurden IT-Affinität, präferierte Kanäle zur Informationsbeschaffung, Investitionsbereitschaft, Anforderungen an einen IT-Dienstleister und Persönlichkeitseigenschaften erfasst.

MyPersona berücksichtigte nicht nur Medialine-Kund*innen, sondern auch Nicht-Kund*innen, um ein vollständiges Verständnis für die Kaufentscheider von IT-Lösungen zu erhalten.

Durch clusteranalytische Verfahren wurden die IT-Entscheider anhand psychographischer und themen- bzw. produktspezifischer Variablen so gruppiert, dass die Unterschiede innerhalb einer Gruppe möglichst gering (in sich homogen) und die Unterschiede zwischen den Gruppen möglichst groß sind (untereinander heterogen).

Nachdem die finale Anzahl an Clustern bestimmt wurde, ging es im nächsten Schritt darum, die charakterisierenden Merkmale der Cluster herauszuarbeiten. Denn erst, wenn sich die Gruppen auch inhaltlich sinnvoll voneinander unterscheiden, kann eine Segmentierung als erfolgreich angesehen werden und als Grundlage für zielgruppengerechtes Marketing dienen.

✓ **Exklusives Zielgruppensystem** speziell auf Entscheider in der IT-Branche zugeschnitten.

✓ **Detaillierte und greifbare Personas** für optimalen Beziehungsaufbau.

✓ **Klare Orientierung und Empfehlungen** für Marketing und Vertriebskommunikation.

✓ **Qualitative und quantitative Forschung** perfekt kombiniert.



Das Ergebnis

Mithilfe von MyPersona erhält Medialine individuelle Typologien, die auf zielgruppengerechte Produktvermarktung ausgerichtet sind.

Mit MyPersona konnten trennscharfe Typologien von Entscheidern für IT-Lösungen gebildet werden, die sich deutlich in ihren Einstellungen, Präferenzen sowie Kaufmotiven unterscheiden und damit auch unterschiedliche Anforderungen an IT-Lösungen haben.

Die quantitativen Erkenntnisse wurden ergänzt durch beschreibende Informationen und Handlungsempfehlungen für individuelle Maßnahmen, die spezifisch auf die jeweilige Typologie zugeschnitten sind. Hieraus konnten für jede Typologie zielgruppengerechte Argumente für die Vertriebskommunikation von IT-Leistungen abgeleitet werden, die Medialine wertvolle Impulse für eine erfolgreiche Marken- und Kommunikationsstrategie liefern.

Die Kombination von MyPersona mit einer individuellen Potenzialanalyse ermöglicht Medialine die Identifikation von relevanten und weniger relevanten Typologien, um die Vertriebsmaßnahmen noch zielgerichteter bei den entscheidenden Personen platzieren zu können.

MyPersona liefert ergänzend detaillierte Informationen über die präferierten Kanäle der unterschiedlichen Typologien, in denen sie sich über spezifische IT-Themen, zum Networking, zur Inspiration oder Weiterbildung informieren. Das ermöglicht Medialine die Entscheider noch effektiver und zielgerichteter in den relevanten Kanälen zu erreichen.





„Mit MyPersona konnten wir eine klare und zielgruppengerechte Positionierung für unsere Marketing- und Kommunikationsstrategien entwickeln.“

Saskia Brose

Head of Marketing & Communications

MyPersona

www.cogitaris.de