

NEWS

Insights wird von Bisnode Group

Analytics-Anbieter hat das belgische Big-Data-Unternehmen Swan Insights SA/NV übernommen. Die Bisnode-Gruppe kauft ihre Big-Data-Analytics-Einheiten ausbauen, mit dem Ziel, die Präsenz im Bereich Advanced Analytics auf globaler Ebene zu etablieren, wie es heißt. Swan Insights in Brüssel bietet Lösungen für Wirtschaftsinformationen der nächsten Generation“ in Belgien, Frankreich, Luxemburg und Großbritannien.

www.bisnode.de, swan.business

Die Liefery-Hubs

Die Form für Same Day Delivery und das Matratzen-Unternehmen Casper haben einen neuen Service gestartet: Liefery-Hubs für Matratzen künftig in eigenen Depots und liefert direkt von dort an die Kunden. Einzelhändler wie Casper öffnen die Tür zu einer Lieferung bei Bestellung. Das in der Logistik gesetzte Hub-to-Spoke-Modell erleichtert schnelle Lieferoptionen, die Liefery erschweren, da der Umweg hier über ein Zentraldepot. In Berlin, Hamburg, Köln, Wien, Köln, Düsseldorf, München und dem Ruhrgebiet ist der Service bereits verfügbar. www.casper.com, liefery.com

OPTIMIERUNG

Digitalisiert den Vertrieb

Die Siemens-Betriebskrankenkasse hat die Vertriebslösung von Siemens für gesetzliche Krankenkassen implementiert. Die Lösung, auf die alle 1.500 Mitarbeiter Zugriff haben, sorgt für den fließenden Digitalisierungsprozess, wie es heißt. www.sbk.org



Der Sitz von A+S: Mit der S6 ab Ditzingen ist man in 21 Minuten am Stuttgarter Hauptbahnhof

Branche geht back to the roots

Dialogmarketing Die A+S Dialog Group aus Ditzingen bei Stuttgart hat zwei weitere Unternehmen übernommen und profitiert von der Konsolidierung der Branche

VON DANIEL BORCHERS

Die klassische Dialogmarketing-Branche strauchelt seit mehreren Jahren und ist kleiner geworden. Offenbar schaffen es aber einige Player, weiter zu wachsen, darunter auch die A+S Dialog Group. Sie hat im September des letzten Jahres die Agentur G&O Dialog-Concept übernommen und im Januar dieses Jahres den Data-Dienst Intellidata.

Gegenüber ONEtoONE sagte Geschäftsführer Kai-Uwe Hesse: „A+S gehört zu den Unternehmen, die mit der Strategie, in einem schrumpfenden Markt auf Expansion zu setzen, sehr erfolgreich sind. Es ist uns bis jetzt immer gelungen, von der Konsolidierung des Marktes zu profitieren. So hat sich das Unternehmen vom reinen Adresshändler

zu einer Agentur entwickelt, die alle Prozessschritte im Dialogmarketing 4.0 innerhalb der Holding anbieten kann.“

Die Übernahme der Fundraising-Agentur G&O Dialog-Concept fand wie geplant unter neuer Firmierung G&O Creative Agency am 1. Januar statt, die räumliche Zusammenführung, also der Umzug ins Headquarter nach Ditzingen, drei Wochen später. „Wir befinden uns noch mitten im Übergang und arbeiten gemeinsam an neuen Strukturen, um



Kai-Uwe Hesse
Geschäftsführer
A+S Dialog Group

die Leistungen der Kreativagentur in das Portfolio der A+S zu integrieren. Die ersten gemeinsamen Termine sowohl bei Kunden der G&O als auch bei Kunden der A+S haben schon jetzt unsere

Erwartungshaltung an die Übernahme voll und ganz bestätigt.“

Intellidata wurde übernommen, um die Infrastruktur im IT-Bereich auszubauen. Auf die Frage nach einer möglichen Internationalisierung antwortet Hesse: „Unter dem Gesichtspunkt Unternehmensexpansion wird auch die Internationalisierung unserer Geschäftsbeziehungen in den nächsten Jahren ein wichtiger Aspekt für uns werden. In Osteuropa, vor allem Russland, sind wir schon heute erfolgreich aktiv. Darüber hinaus werden wir unsere Aktivitäten in weiteren wichtigen europäischen Staaten sukzessive verstärken.“

Trendausblick: Back to the roots

Hesse stellt bei seinen Kunden fest, dass der Fokus in der Customer Journey und dem Single Customer View liegt. „An welchen Touchpoints muss ich meine Zielgruppe ansprechen, um das Marketingbudget möglichst effizient in Leads und Kunden zu wandeln? Qualität – hinsichtlich Haltbarkeit und Lebenszyklusprofitabilität – löst Quantität ab. Kanalübergreifende Synergien gewinnen an Wertschätzung, On-/Offline-Barrieren in den Marketingabteilungen werden weniger, und das klassische CRM steht im Mittelpunkt. Wir sprechen nicht unbedingt von einem neuen Trend, sondern erleben eher ein ‚back to the roots‘. Auch das adressierte postalische Mailing mit innovativen Print-Produkten erlebt in unserem Arbeitsalltag eine wahre Renaissance.“

➔ as-dialoggroup.de