



Marketingfabrik

Heidelberger Erfolgsimpulse | 26.09.2019

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Vorstellung Ihres Referenten



David Mika

Projektleiter im Vorstandsstab

u.a. Marketingfabrik, Smart Data, Robotic Process Automation

Marketing ist bisher eine große Herausforderung und wenig zielführend.



Aufwand und
Abhängigkeiten



Planung und
Steuerung



Unkenntnis
über Nutzen

Wir haben für diese Herausforderungen eine Lösung.



Zielgerichtet



5+ Kanäle



17+ Zielgruppen

Aufwand und Abhängigkeiten



Reaktionen messen



Erfolge analysieren



Marketing optimieren

Planung und Steuerung



Simple Umsetzung



Abbau v. Engpässen



Automatisierung

Unkenntnis über Nutzen

Um dann neuartige Marketingkampagnen durchzuführen...

Planung und Selektion



Ziel:
Liquidität veredeln

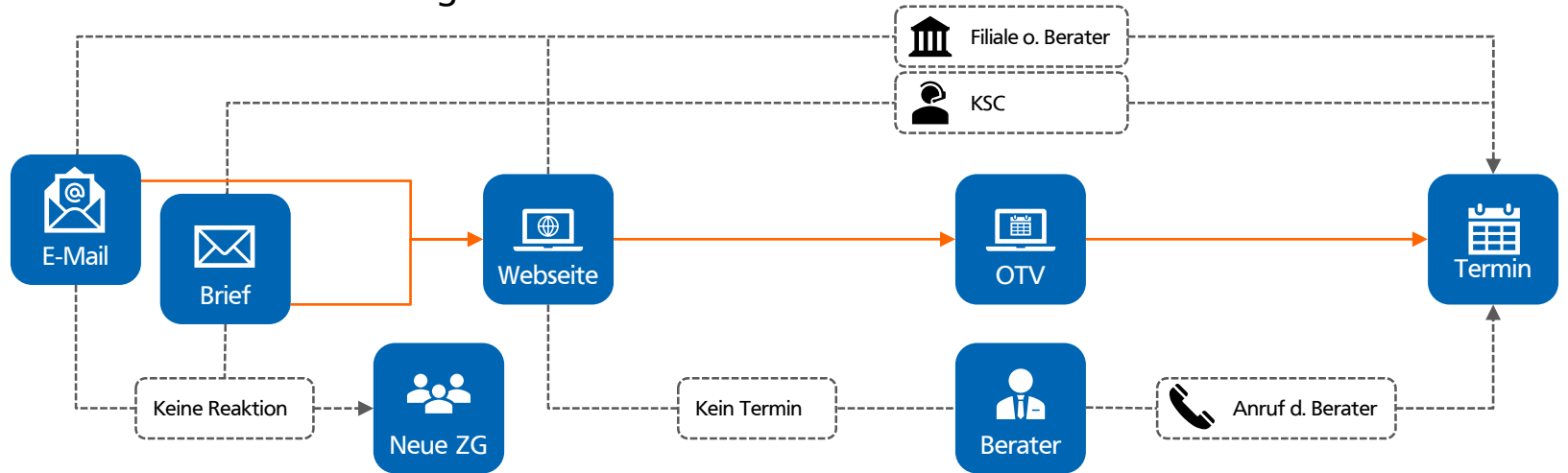


Kanäle:
Brief, E-Mail, Webseite, OTV, Berater

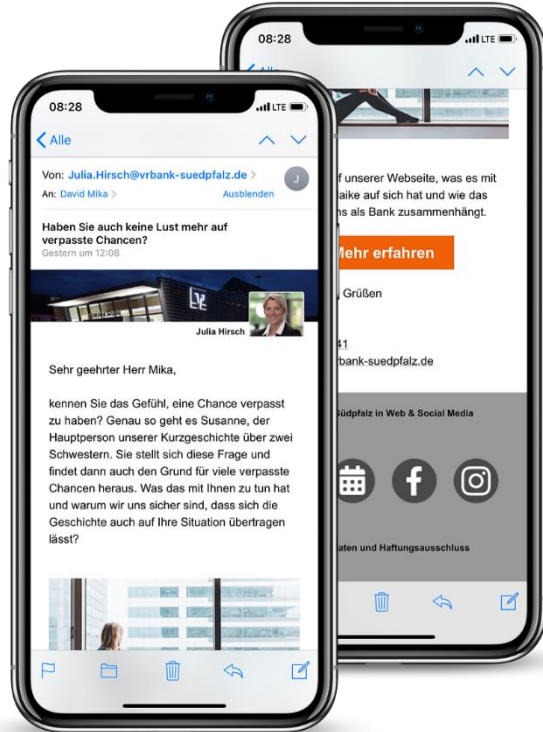


Zielgruppen:
Inflation und Geschichte

Kommunikation und Messung



...und moderne Werbemittel und Inhalte zu verwenden.



VR Bank Südpfalz eG, Waffenstraße 15, 76829 Landau

Waffenstraße 15
76829 Landau
Tel: 06241 1590-0
Fax: 06241 1590-2000
BLZ: 548 415 00

Herr
David Mika
Bismarckstraße 99
54321 Stadtgebiel

Ihre Ansprechpartnerin
Birgit Gehlein
Tel: 06241 1590-2828
Fax: 06241 1590-2763
Birgit.Gehlein@vrbank-suedpfalz.de
Kontung 12143789

28. August 2019

Hat Ihr Konto ein unbekanntes Leck?

Sehr geehrter Herr Mika,

wussten Sie eigentlich, dass 100.000 € aus dem Jahr 2008 heute nur noch ca. 89.127 € wert sind?

Mehr Infos auf unserer Webseite:

2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019

Zur Grafik: Wir gehen von einer Verzinsung von 0,5% und von der von Eurostat gemeldeten Inflationsrate für die Jahre 2009 bis 2018 aus.

Fragen Sie sich, wie das sein kann? Die Kombination aus Inflation und Niedrigzinsphase führt zu einem realen Kaufkraftverlust für Konsumenten. Anders ausgedrückt: Während die aller meisten Preise über die Jahre steigen, bleibt das Geld das gleiche. Am Ende lässt sich für die gleichen 100.000 € einfach weniger kaufen.

Wir möchten Sie jedoch beruhigen: Ein tatsächliches Leck hat Ihr Konto natürlich nicht. Keine Angst. Der beschriebene Effekt des Kaufkraftverlusts wirkt sich allerdings ähnlich aus.

Weitere Informationen zum Kaufkraftverlust und was Sie dagegen tun können erfahren Sie auf unserer Webseite. Scannen Sie einfach den QR-Code oder besuchen Sie www.vrbank-suedpfalz.de/kaufkraft-erhalten

Mit freundlichen Grüßen
Ihre VR Bank Südpfalz eG

Birgit Gehlein

VR Bank Südpfalz eG
Waffenstraße 15
76829 Landau
Tel: 06241 1590-0
Fax: 06241 1590-2000
BLZ: 548 415 00

VR Bank Südpfalz eG
Waffenstraße 15
76829 Landau
Tel: 06241 1590-0
Fax: 06241 1590-2000
BLZ: 548 415 00

VR Bank Südpfalz

Suche Kontakt Onlinebanking

Banking & Service Privatkunden Firmenkunden Immobilien Karriere Ihre Bank Unsere Partner

Kaufkraftverlust und Inflation - Was bedeutet das für Sie?

Was meinen wir eigentlich mit "verstecktes Leck im Konto"?

Wenn zur obigen Inflation eine Niedrigzinsphase hinzukommt, dann entsteht ein realer Kaufkraftverlust für Konsumenten, anders ausgedrückt: Während die aller meisten Preise über die Jahre steigen, bleibt das Geld das gleiche. Am Ende lässt sich für die gleichen (zum Beispiel) 100.000 € einfach weniger kaufen.

Was bedeutet das für Ihr Geld?

Dadurch, dass es in den vergangenen Jahren kaum noch Guthaben-Zinsen gibt, erhält man für sein erspartes Guthaben Geld auf Giro- und/oder Tagesgeldkonten kaum noch etwas. Zusätzlich sorgt die Zinssenkung der EZB durch ihre Niedrigzinspolitik für eine Inflation.

Betrachtet man jetzt Guthaben, dessen fehlende Verzinsung, steigende Preise und die Inflation zusammen, so kommt es zu einem sinkenden Kaufkraft. Um diesen Effekt auszugleichen, bieten sich Lösungen an, die mehr Zinsen in Aussicht stellen, als das Guthaben auf Giro- und/oder Tagesgeldkonten bringt.

Wie sich Ihr eigenes liquides Geldvermögen unter den beschriebenen Effekten entwickelt hat, können Sie mit dem nachfolgenden Rechenool spielerisch herausfinden.

Kaufkraft Rechenool

Betrag Euro

Bitte geben Sie eine Zahl zwischen 1 und 8000000 ein.

Kaufkraft Rechenool
100000 €
89127 €
2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019

Dabei haben wir Kundenreaktionen gemessen und Erfolge bewiesen.

Reaktionen erzeugen



Im Durchschnitt messen wir eine
Reaktion von **jedem 10.**



Im Vergleich zum Brief ist die
E-Mail **doppelt** so gut.



Mit **3 Tagen** bei E-Mails und **6-9 Tagen** bei Briefen
unterschiedlicher Zeitpunkt.

Termine vereinbaren



Durch unser Marketing vereinbaren wir
58% bis 220% mehr Termine.

In der Testphase unserer Kampagnen Inflation und Geschichte
insgesamt **77 Termine** (+126% Termine ggü. Kontrollgruppe).

Vertrieb machen



Durch die Liquidität-Kampagne (Testphase)
77% mehr Wertpapierumsatz.

Marketinggruppe mit einem **Netto-Wertpapiervolumen** von
454.866 € im Vergleich zu 256.953 € der Kontrollgruppe.

Mehr Vertrieb durch automatisiertes Marketing.



Einfache Planung und Selektion
Das Marketing kann den kompletten Prozess bedienen.

Kommunikation und Messung
Das Marketing spielt alle Werbemittel aus und misst die Nutzung in Echtzeit.

Analyse und Optimierung
Das Marketing optimiert sich mit Hilfe automatischer Analysen.

Marketing das funktioniert: Übersicht bisheriger Erfolge!

Übersicht Kampagnen

Kampagne	Reaktionen		Termine		Vertrieb	
	E-Mail	Brief	ZG	Steigerung zu KG	Volumen (netto)	Steigerung zu KG
Events	17,9%	4,2%	214	+59%	1.281.991€	+56%
Renovieren	17,3%	2,3%				
Erwerben	15,8%	2,5%				
Auto	10,3%	2,3%				
Inflation	13,4%	8,3%	77	+126%	454.866 €	+77%
Geschichte	20,7%	7,7%				

Beispiel Kalkulation

Zielgruppe „Liquidität veredeln“
623 Adressen



Kosten für Kommunikation
 und Marketingfabrik
982 EUR



Nutzen
ca. 4.100 EUR

**Faktor 9 für
 Gesamtbank**

Wir glauben: Partner haben nur gemeinsam Erfolg!

Leistungen



Durch Mitarbeiter der VR Bank Südpfalz ein
**Workshop „Funktionsweise
und Verantwortlichkeiten“.**



Einführungskonzept inklusive
NPP-Dokument.



3 Beratertage für die
technische Einführung.



Die Marketingfabrik ist für Sie
**in weniger als 2 Wochen
einsatzbereit.**

Kosten

Einmalig
7.000,00 EUR

Auch langfristig haben wir nur mit Ihnen Erfolg.

Leistungen

- ✓ Zugang zur Marketingfabrik
- ✓ Nutzung der bereitgestellten und qualitätsgesicherten Kampagnen
- ✓ Technischer Support

✓ Mehr Termine und Abschlüsse



Kosten

Monatlich, jederzeit kündbar
400,00 EUR

Pro Termin oder Abschluss*
3,50 EUR

Ansprechpartner

Kampagnen – VR Bank Südpfalz

David Mika

Projektleiter

david.mika@vrbank-suedpfalz.de

www.vrbank-suedpfalz.de

Tel +49 6341 5560 4027

Jens Frey

Abteilungsleiter Vertriebsmanagement & KSC

jens.frey@vrbank-suedpfalz.de

www.vrbank-suedpfalz.de

Tel +49 6341 5560 4014

Marketingfabrik - Emnicon

Christian Wenning

Geschäftsführer

emnicon Campus GmbH

christian.wenning@emnicon.de

www.emnicon-campus.de

Tel +49 721 255 129 71

Kai Keune

Vertrieb und Produktmanagement

emnicon AG

kai.keune@emnicon.de

www.emnicon.de

Tel +49 721 255 129 16