



# 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<sup>®</sup> 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<sup>©</sup> mehr als nur kommunizieren.**

**DtC<sup>©</sup> ist der schnelle, persönliche Draht zum Kunden.**

**DtC<sup>©</sup> kommt auf die Sekunde genau an**

**DtC<sup>©</sup> läßt sich exakt auswerten und immer wieder optimieren**

**DtC<sup>©</sup>: 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<sup>©</sup>

## 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<sup>®</sup> 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**