

+

Katalog-Expertise

B-to-C und B-to-B Versandhandel

Cross-Channel Quick-Check inklusive.
Analyse der Wechselwirkungen in den
Absatzkanälen Online-Shop und Katalog
(siehe Innenteil)

Angebot gilt
bis zum
20. Juni 2011

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Katalog – Jahrzehnte lang das Flaggschiff unter den Umsatzbringern im Versandhandel – hat gegenüber dem Online-Shop mächtig an Fahrt eingebüßt. Und ist doch oft unentbehrlich.

Wer wüsste das besser als Sie?

Die Produktivität vieler Kataloge sinkt drastisch – und damit auch die Kosten-Umsatz-Relation. Deshalb wird „optimiert“: Auflagen werden gekürzt, Sortimente gestrafft. Das wiederum führt häufig zu sinkenden Deckungsbeiträgen.

Wie können Sie Ihren Katalog auf Erfolgskurs halten?

Nutzen Sie die umfassende Katalog-Expertise der CMNS.

Ihr Katalog wird aus kaufmännischer **(sofern möglich auf Basis von Kennzahlen der letzten drei Jahre)** und marketingstrategischer Sicht von Branchenexperten und Katalogprofis der CMNS durchleuchtet.

Das Angebot der Katalog-Expertise richtet sich sowohl an Branchenneulinge, wie auch seit längerem bestehende Unternehmen, die zwar Erfahrungen haben, vernünftigerweise aber bestrebt sind, ihre Kataloge immer weiterzuentwickeln, um stetiges Wachstum und Rentabilität zu gewährleisten.

■ Die Katalog-Expertise

Sie senden uns einen Ihrer Kataloge (Haupt-, Spezial- oder Zwischenkatalog) zu - wir analysieren ihn und entwickeln Ansätze zur Optimierung Ihres „Klassikers“.

Die Analyse sowie die Lösungsansätze stellen für Ihr Unternehmen eine optimale Grundlage für Ableitung von Handlungsoptionen zur „Leistungssteigerung“ eines Ihrer Kataloge dar. Zusätzlich werden die Lösungsansätze durch konkrete Gestaltungsvorschläge gestützt.

Die Expertise der CMNS setzt sich zusammen aus:

1. Erstanalyse

Wer etwas verständlich machen will, muss es selbst verstehen. Bei der Katalog-Expertise bedeutet dies, dass wir uns umfassend mit dem Profil Ihrer Zielgruppe, Ihren Wettbewerbern und Ihren Zielen im Katalog-Marketing auseinandersetzen.

Dabei maßen wir uns nie an, etwas besser zu wissen als Sie.

Als externe Katalog-Marketing-Experten möchten wir Ihnen jedoch mit dem berühmten Blick von außen und auf Grundlage einer fundierten, qualitativen Analyse zu einer neuen Sicht auf Ihren Katalog verhelfen und damit zu mehr Rentabilität.

2. Kundenbefragung

Hierbei handelt es sich um einen Dialog mit bis zu 10 Personen aus Ihrer Zielgruppe. Sie erhalten eine kompakte Rückmeldung zur Wirkung Ihres Kataloges.

3. Analyse verkaufsstrategischer Wirkungsmechanismen

Analyse der, in Ihrem Katalog eingearbeiteten, verkaufsstrategischen Mechanismen und Analyse des gesteuerten Käuferverhaltens.

Sie erfahren, wie Sie Ihren Katalog zukunftsfähig weiterentwickeln, gezielte Kaufimpulse setzen, Bestellwerte erhöhen und wie Sie Ihre Kataloge mit den digitalen Dialog- und Verkaufskanälen so verzahnen, dass sie sich gegenseitig verstärken.

4. Analyse visueller Wirkungsmechanismen

Dieser Teil der Analyse richtet sich an die Marketingabteilung Ihres Unternehmens. Dabei werten unsere Experten nicht nur die gesamte visuelle Konzeption, die Struktur und das Wording Ihres Kataloges aus. Neben einer ausführlichen Auswertung und Beschreibung der Ergebnisse erhalten Sie diverse Layoutvorschläge. Sie erfahren, wie Sie die einzelnen Bereiche Ihres Kataloges „visuell“ optimieren können.

5. Stellen Sie die Wechselwirkung Ihrer Absatzkanäle „Online-Shop“ und „Katalog“ auf den Prüfstand!

Vorrangiges Ziel der Multi-Channel-Handelsunternehmen ist nicht mehr nur die Erschließung neuer Kundengruppen und Märkte durch den Einsatz innovativer Absatzkanäle. Mittlerweile geht es vor allem darum, dem Wunsch der Kunden nach „Chanel-Hopping“ sowie dem gestiegenen Informationsbedürfnis aus der „explodierenden“ Nutzung des World-Wide-Web Rechnung zu tragen.

Aus dem parallelen Einsatz von offline und online ergeben sich zahlreiche Fragestellungen, die es zu beantworten gilt. Diese betreffen nicht nur die Intergration der Absatzkanäle zu einem Gesamtsystem, sondern die Harmonisierung der Absatzkanäle „Online-Shop“ und „Katalog“.

Die Katalog-Expertise der CMNS liefert Ansätze für die Anhebung der Katalogleistung und/oder für die Senkung Ihrer Katalogkosten.

CMNS durchleuchtet die Wechselwirkungen zwischen Ihrem Katalog und dem Online-Shop.

Diese Analyse, ein Abgleich mit branchenspezifischen Best Practices, sowie die Erfahrungen unseres Unternehmens aus zahlreichen Projekten im B-to-C und B-to-B Versandhandel, bilden die Grundlage für die Ableitung von Lösungsansätzen zur Leistungssteigerung.

Sie erhalten:

- ein umfangreiches Booklet mit ausführlicher Beschreibung der Expertise-Ergebnisse
- fundierte Optimierungsvorschläge
- eine kommentierte Essenz der geführten Kundenbefragung
- diverse Layoutvorschläge

Ihre Vorteile:

- Sie erhalten eine aussagekräftige und umfangreiche Beschreibung der Stärken und Schwächen Ihres Kataloges.
- Sie erfahren, welche versteckten Potenziale in Ihrem Katalog aktiviert werden können.
- Sie sehen das bisherige Katalogkonzept aus einem neuen Blickwinkel.
- Ihr Katalog wird aus kaufmännischer und marketingstrategischer Sicht von Branchen-Experten durchleuchtet.
- Sie erfahren im Detail, wie Ihre Kunden Ihren Katalog wahrnehmen und einschätzen.

Sie profitieren von:

- praxisnahen Lösungsansätzen, mit denen Sie den Erfolg Ihres Kataloges effizient ausbauen können
- Erfahrungen der CMNS aus zahlreichen Projekten im Marketing des B-to-C- und B-to-B Versandhandels - national und international
- der Bündelung bewährter und innovativer Kommunikationsinstrumente zu einer wirksamen Katalogstrategie

Kennelern-Konditionen

Die Katalog-Expertise bieten wir Ihnen zu einem Honorar in Höhe von:
3.000,- EUR pro Katalog und zzgl. MwSt. an.

Ablauf

Nennen Sie uns die Schwerpunkte der Expertise, die für Ihr Unternehmen relevant sind und senden Sie Ihren Katalog mit einer schriftlichen Auftragserteilung einfach an:

CMNS GmbH & CO.KG
z.Hd. Herrn Horst Sauer
Im Zollhafen 24
50678 Köln

Sie haben Fragen zu der Katalog-Expertise?

Gerne beantworten wir Ihre Fragen telefonisch. Rufen Sie uns einfach unter der Nummer **0221 26 018 - 43** an. Ihr Ansprechpartner ist Herr Horst Sauer.

Mit den besten Grüßen aus Köln

Horst Sauer

Horst Sauer (Werdegang):

- Senior-Partner bei der CMNS GmbH & Co.KG
- Zentraleinkäufer für DOB bei der Kaufhof AG
- Geschäftsführer Ein- und Verkauf bei der Kaufhof AG
- Geschäftsführer Ein- und Verkauf bei der abz-Zentraleinkaufsgesellschaft für Bekleidung
- Gesellschafter und Geschäftsführer für Ein-, Verkaufsteilung und Werbung bei der abz-Zentraleinkaufsgesellschaft für Bekleidung
- Mitglied der Unternehmensleitung bei der H.Dyckhoff GmbH & Co.KG
- Mitglied der Unternehmensleitung bei der Ulla Popken GmbH





Katalog-Expertise der CMNS

Fakten statt Bauchgefühl

CMNS GmbH & Co.KG
Im Zollhafen 24
50678 Köln

Telefon: 0221 26 018 - 43
Internet: www.cmns.de