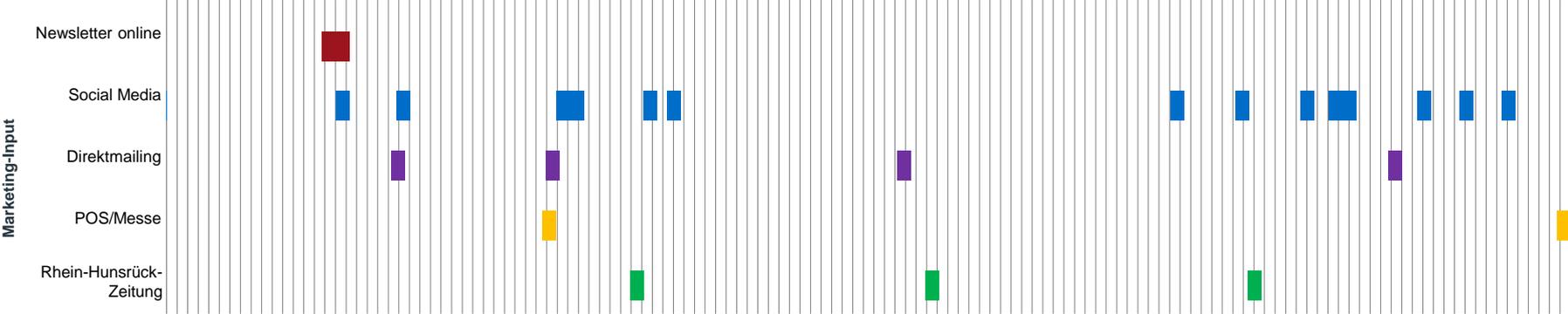
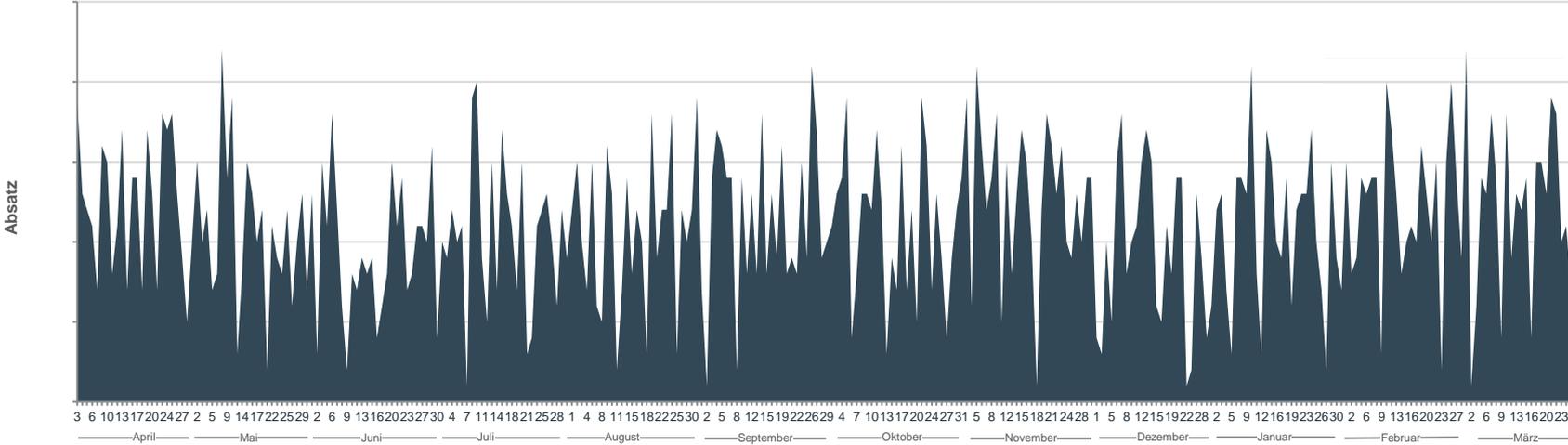




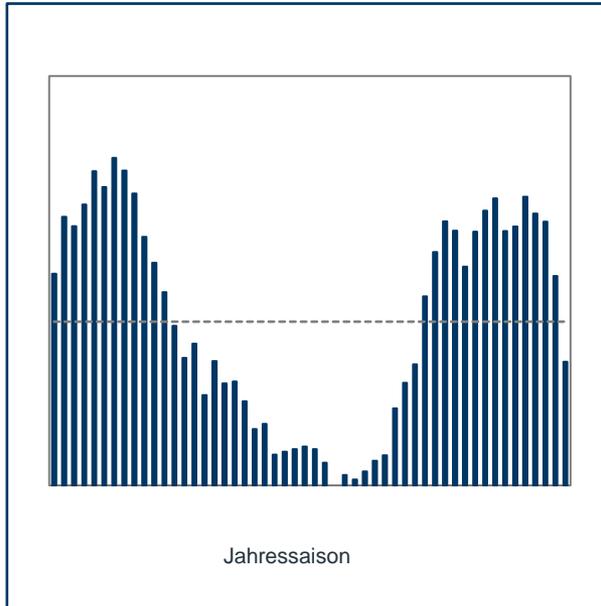
Day Modelling Tracker

Brillen Birk Marketing-Input und Absatz

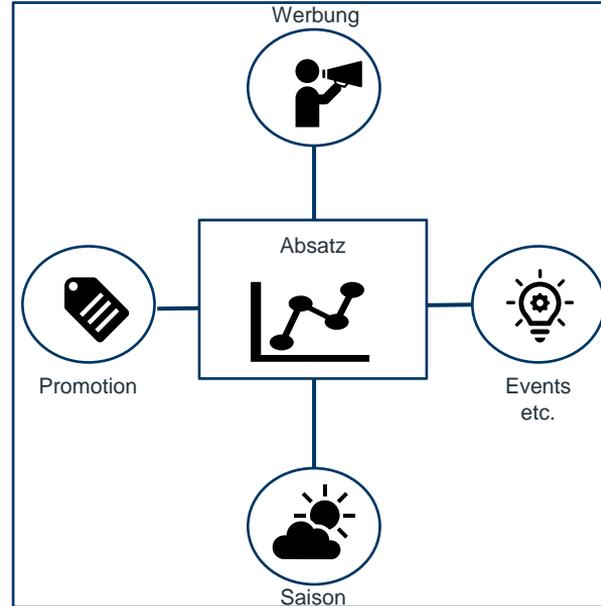
Wie hoch ist der Return on Investment (ROI)?



Die Antwort liefert der Day Modelling Tracker: Analyseablauf



1. Basierend auf den Absätze der vergangenen Jahre wird die spezifische Jahressaison ermittelt.



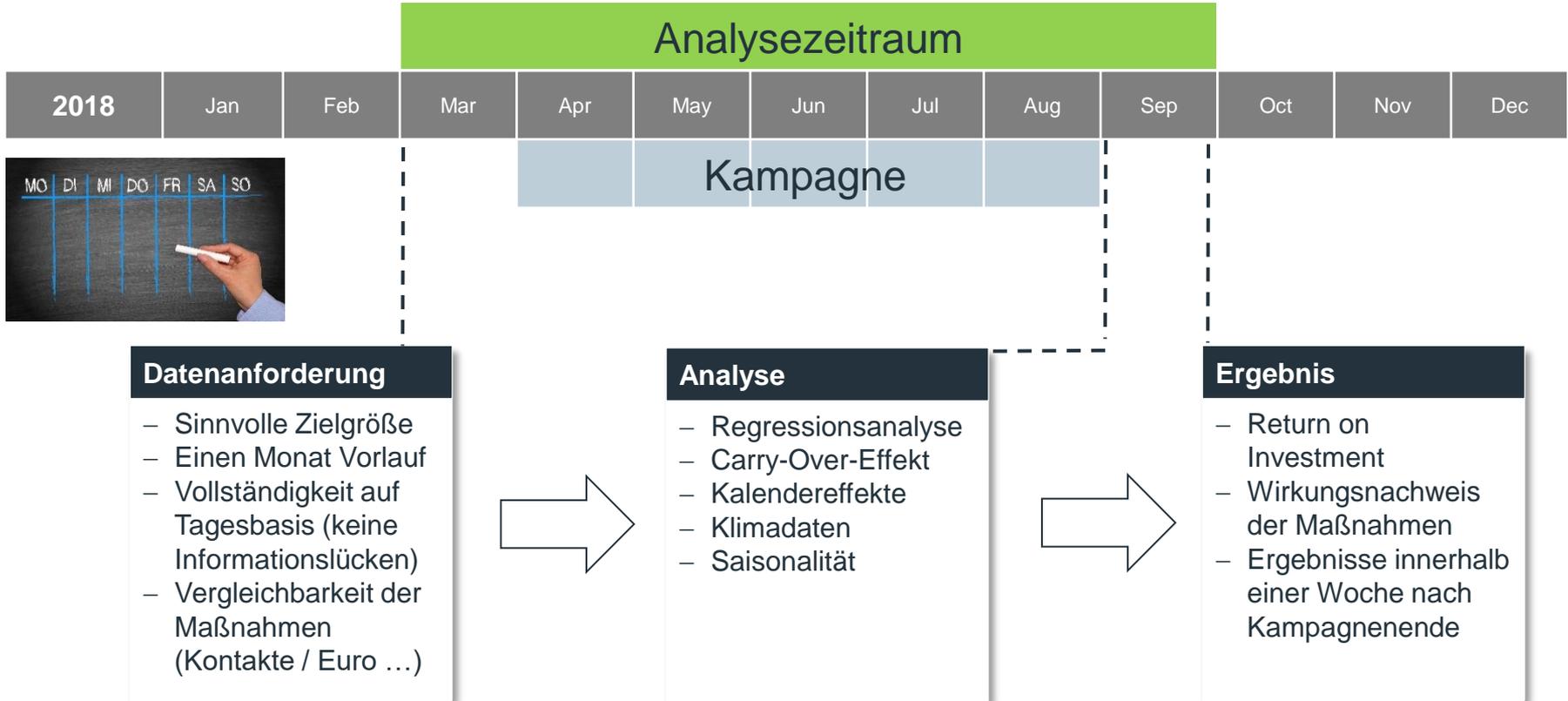
2. Die Jahressaison dient als Grundlage für die Bestimmung der Wirkung aller Treiber auf die Zielgröße (Absatz) auf Tagesbasis. Dabei werden regressions-analytische Zeitreihenverfahren angewendet.

Marketing-Maßnahme	Effekt in %	ROI
	5%	1,92
	4%	0,84
	2%	1,17

3. Da in der Analyse aller Absatzfaktoren berücksichtigt werden, kann die Wirkung der einzelnen Marketing-Maßnahmen realistisch abgebildet werden.

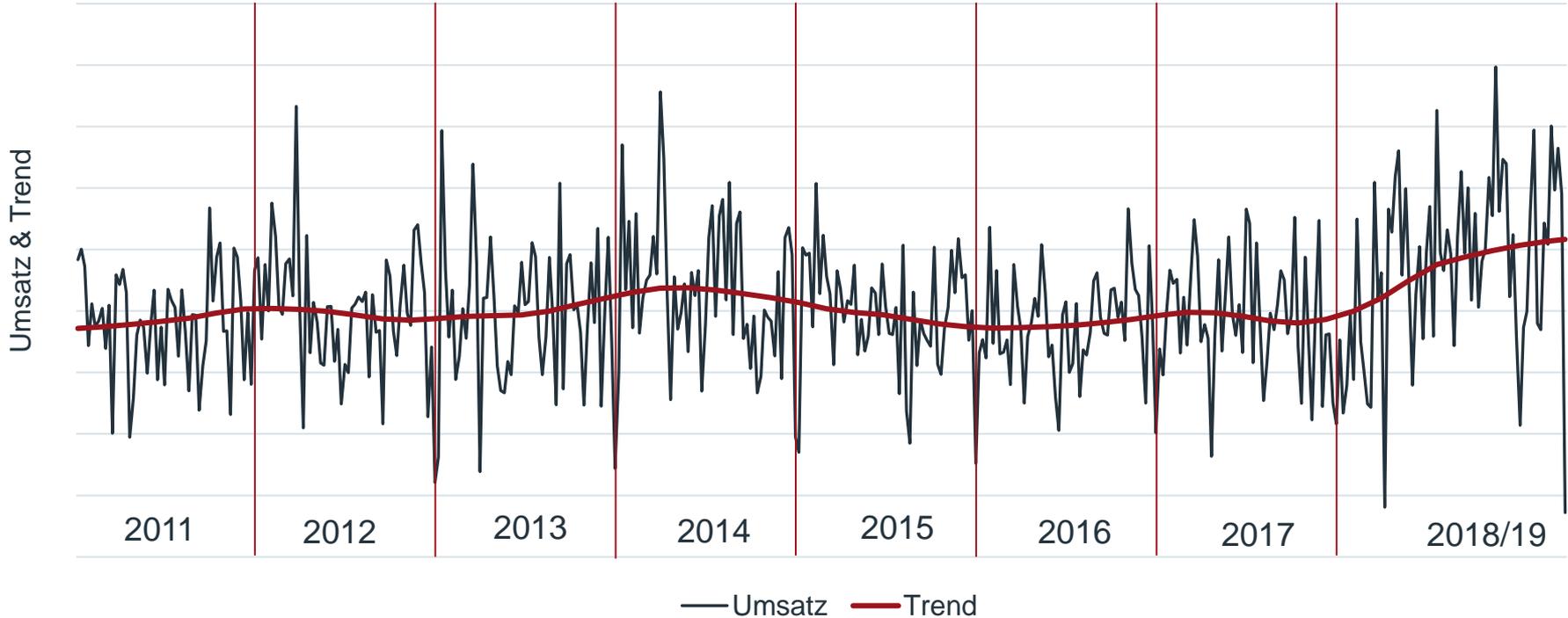
Projekte Ablauf

Vollständige Daten für mindestens 120 Tage



Saisonzerlegung der Umsatz-Zeitreihe

1. Schritt: Langfristiger Trend ermitteln



2. Schritt: Jahressaison identifizieren

Umsatz / Trend / Saison



2011

2012

2013

2014

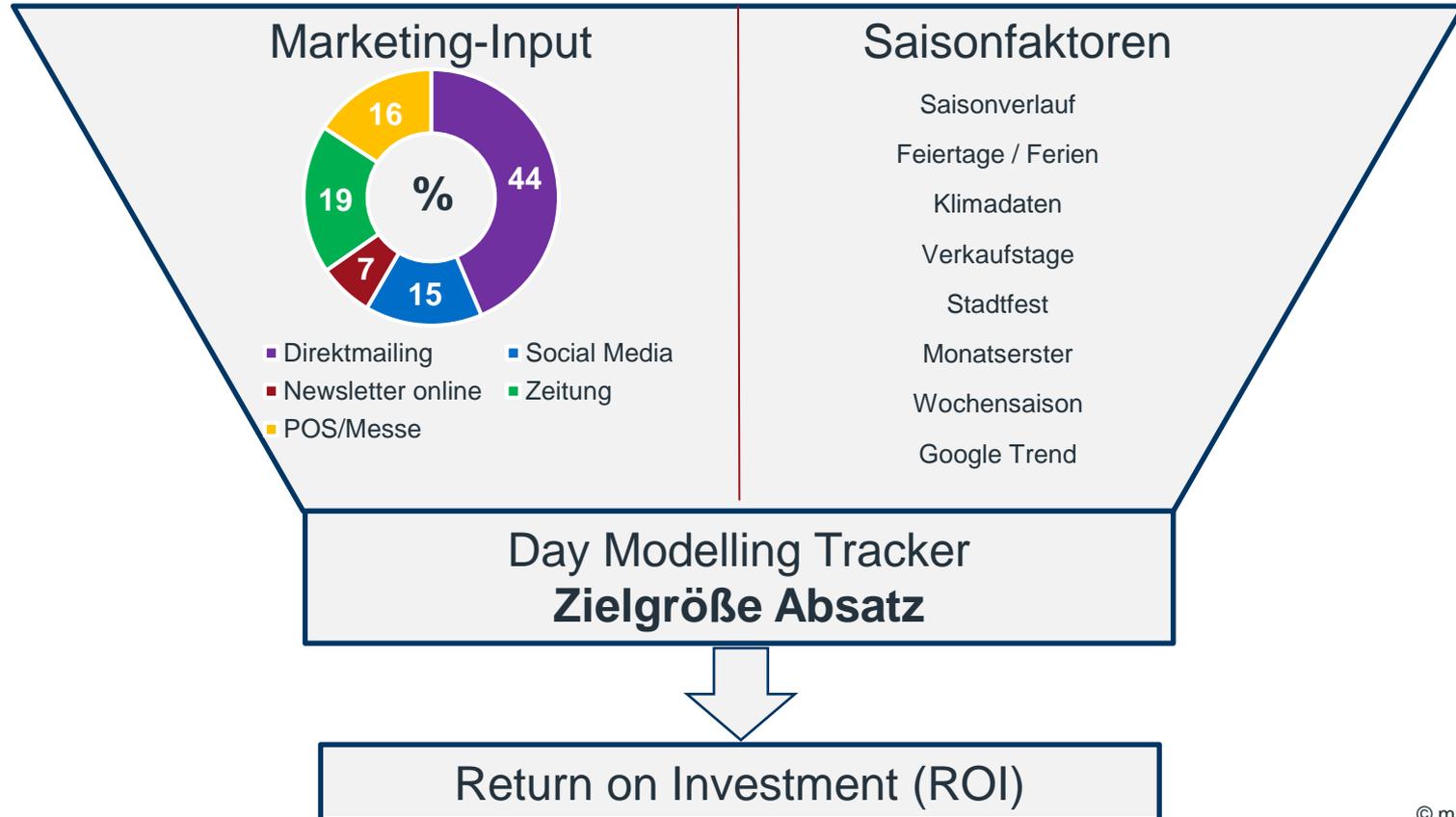
2015

2016

2017

2018/19

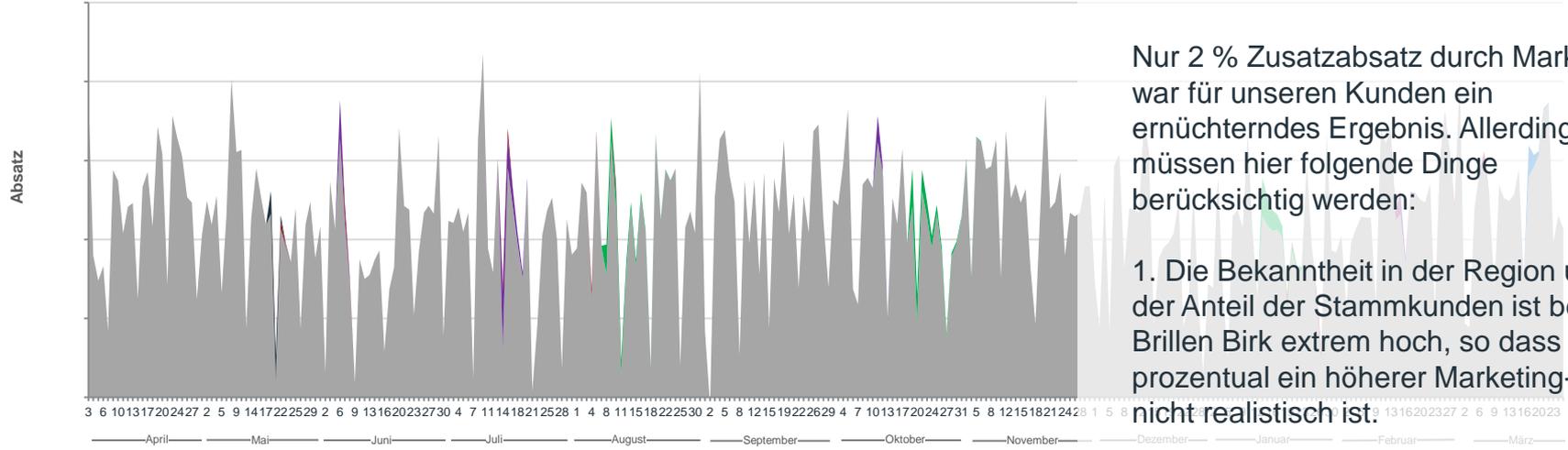
— Trend — Saison





Day Modelling Tracker Ergebnisse

98% Basisabsatz mit Trend + Saison 2% Zusatzabsatz durch Marketing

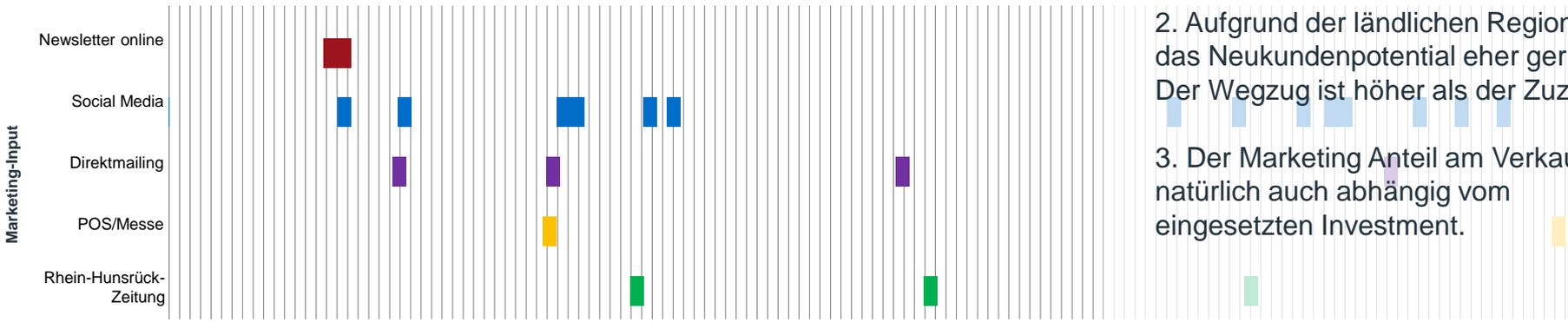


Nur 2 % Zusatzabsatz durch Marketing war für unseren Kunden ein ernüchterndes Ergebnis. Allerdings müssen hier folgende Dinge berücksichtigt werden:

1. Die Bekanntheit in der Region und der Anteil der Stammkunden ist bei Brillen Birk extrem hoch, so dass prozentual ein höherer Marketing-Anteil **nicht realistisch** ist.

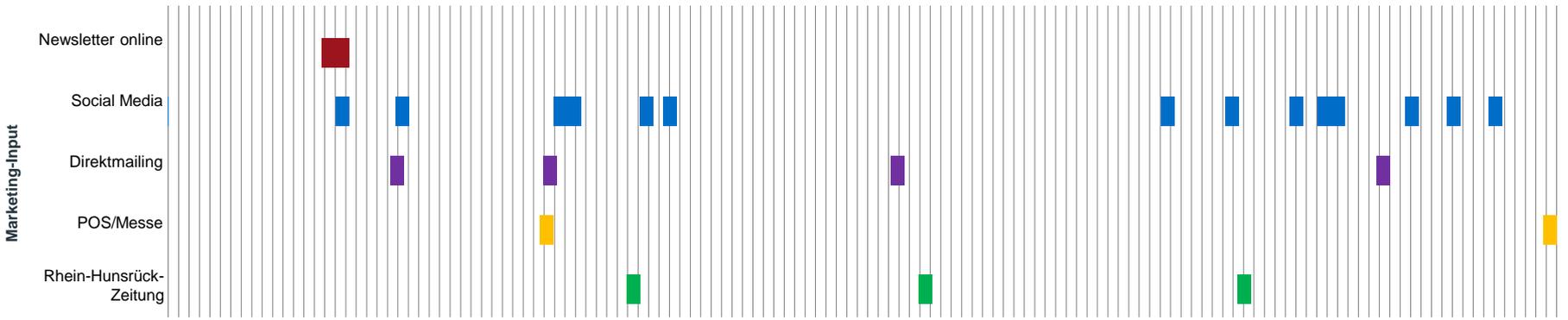
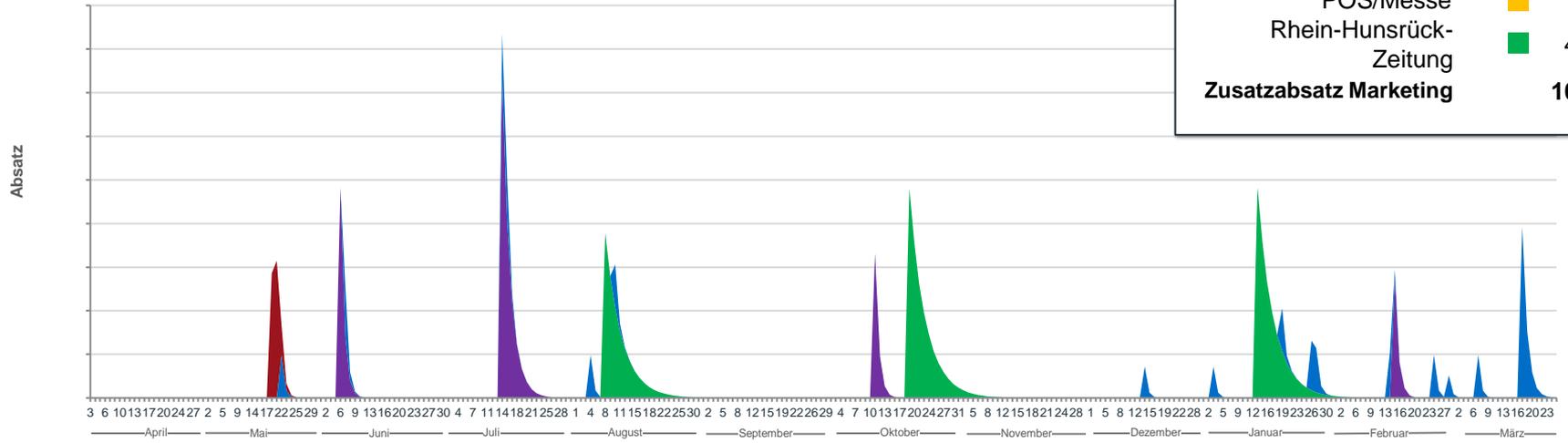
2. Aufgrund der ländlichen Region ist das Neukundenpotential eher gering. Der Wegzug ist höher als der Zuzug.

3. Der Marketing Anteil am Verkauf ist natürlich auch abhängig vom eingesetzten Investment.



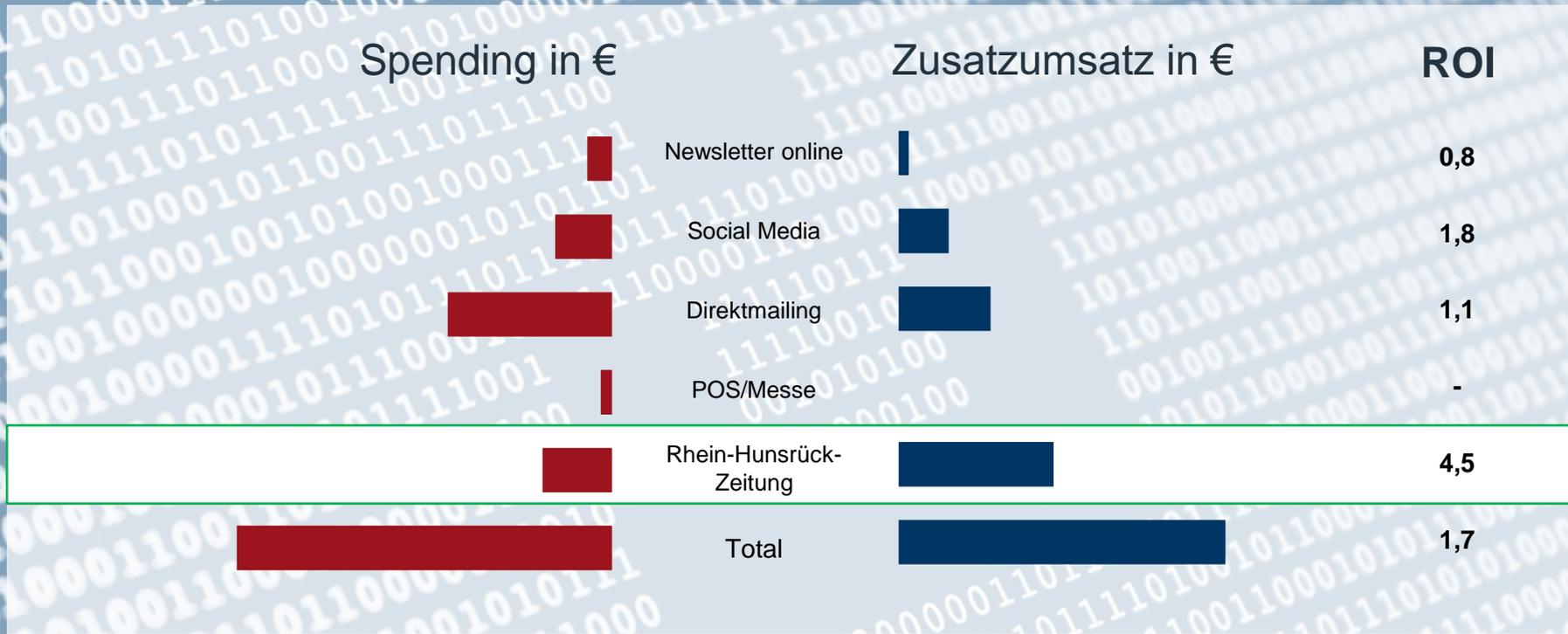
Zusatzabsatz durch Marketing: Werbung wirkt über das Ende einer Schaltung hinaus

Newsletter online	■	3%
Social Media	■	15%
Direktmailing	■	28%
POS/Messe	■	0%
Rhein-Hunsrück-Zeitung	■	47%
Zusatzabsatz Marketing		100%



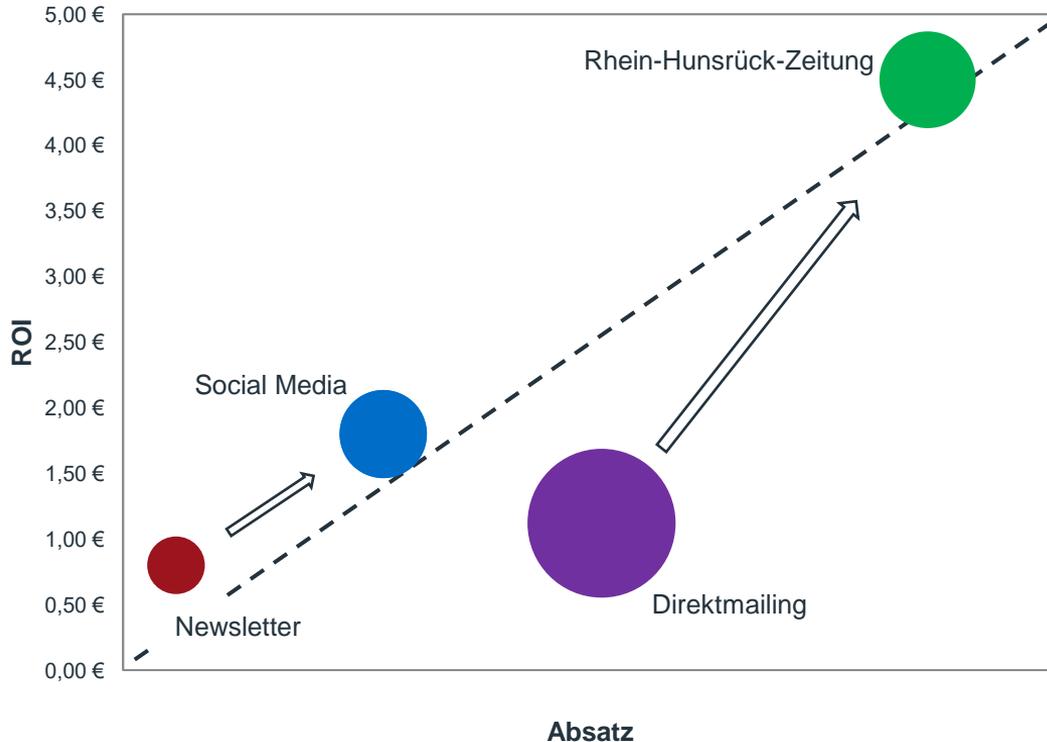
Return on Investment

Anzeige in der Zeitung am effektivsten



Effektivität und Effizienz ausbalancieren

Die Größe der Kreise steht für die Höhe der Spendings in den Medien



Strategischer Medieneinsatz

1. Newsletter zugunsten von Social Media überdenken
2. Direktmailing auf Frühjahr und Herbst beschränken
3. Ausweitung der Kommunikation in Tageszeitungen



Thank You!

Dirk Kelzenberg
Telefon +49 221 168 985 38
d.kelzenberg@mehrsehen.eu
www.mehrsehen.eu

Hendrik Sand
Telefon +49 6761 906587
h.sand@mehrsehen.eu
www.mehrsehen.eu