

# PROJEKT PORTA

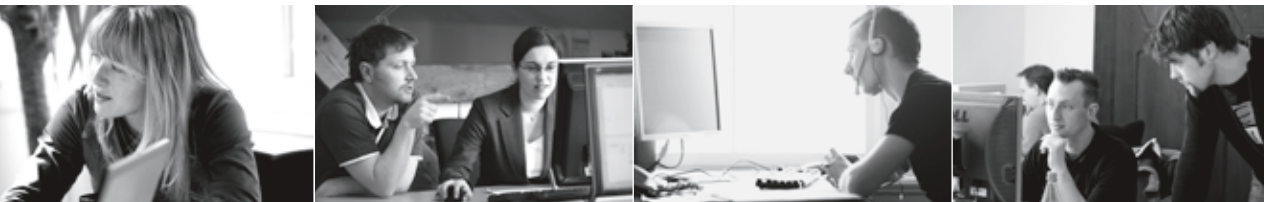
Mikromarketing in der Möbelbranche



## Steckbrief

<b>Auftraggeber</b>	Porta Möbelhandelsgesellschaft mbH & Co. KG
<b>Ziel</b>	Effizienzsteigerung im Mikromarketing
<b>Laufzeit</b>	Drei Monate
<b>Lösung</b>	Effizientes Marketingwerkzeug zur Zielgruppenselektion
<b>Verarbeitungsvolumen</b>	Drei Millionen Kundenstammdaten, 18 Millionen Kaufverträge





Wir kümmern uns um mehr als IT.

## PROJEKT PORTA

### Mikromarketing in der Möbelbranche

#### Ausgangssituation

23 großflächige Fachmärkte, über siebzig Discountfilialen, mehrere Millionen Kunden jedes Jahr – die Porta Möbelhandelsgesellschaft mbH & Co. KG ist eines der größten Möbelhandelsunternehmen und der umsatzstärkste inhabergeführte Möbelhändler Deutschlands.

Porta besitzt einen hohen Anteil an Stammkunden und hat durch den großen Anteil personalisierter Verkäufe (Kaufverträge und Kundenkarten) einen umfangreichen Kundenstamm zur Verfügung. Das ist sehr hilfreich, denn Direktmarketing liefert zehn Mal so hohe Responsequoten wie Streuwerbung.

#### Zielsetzung

Porta strebte deshalb eine Intensivierung seines Direkt-Marketings in Form von Newslettern und Mailings an. Angebote sollten speziell auf den Kunden zugeschnitten werden. Porta suchte für seine Zielgruppenansprache ein speziell auf den Möbelhandel abgestimmtes Customer Relationship Management, welches es ermöglichte, seine Kunden bedürfnisgerecht anzusprechen. Die Kundendaten, zur Verfügung gestellt durch das Warenwirtschaftssystem, sollten durch das Marketing aufbereitet werden, und – durch statistische Daten angereichert – für Analysen und Selektionen vorbereitet werden.

#### Lösung

Fündig wurde Porta bei SALT Solutions. Die SALT-Lösung basiert auf einer offenen und erweiterbaren Plattform. Mit Oracle als Datenbanksystem und vorkonfigurierten Datenstrukturen für das implementierte Data-Warehouse schaffte Porta sich eine Architektur und Wachstumspotenzial. Das SALT-CRM filtert alle Informationen zu einem Kun-

den heraus und legt eine Kundenhistorie an. Aus dem Kundenstamm von mehreren Millionen Kunden kann der Möbelhändler anschließend nach Kriterien wie Region, gekauften Artikeln oder Bonnavolumen selektieren und gezielt Marketingmaßnahmen einleiten.

Herzstück des CRM-Tools bildet ein Data-Warehouse, welches direkt mit der Warenwirtschaft Ametras-Moeve bei Porta gekoppelt ist. Durch die Auswertung der Verkaufsdaten wäre der Möbelriese sogar in der Lage, echtes Eins-zu-Eins-Marketing durchzuführen. In der neuen CRM-Lösung kann für jeden Kunden ein Einzelkundenbild aufgerufen werden, in dem seine Kaufvorlieben und sein Umsatzvolumen dargestellt werden.

#### Ono-To-One-Kommunikation

Für Events wie das „Midnight-Shopping“ können beispielsweise Kunden mit einem bestimmten Umsatz und einem Anfahrtsweg von maximal 50 Kilometern um die Filiale herum eingeladen werden. Kunden, die vor fünf Jahren eine Küche gekauft haben, können selektiert und mit einem personalisierten Mailing auf neue Küchenelektrogeräte hingewiesen werden. Vordefinierte Sortierkriterien helfen bei der Auswahl genauso wie freikonfigurierbare Suchfunktionen. „Werbung, die ankommt! SALT Solutions bietet uns mit seinem CRM-System genau das Werkzeug, was wir für unsere gezielte Kundenansprache benötigen“, sagt Stefan Jungmann, Marketingleiter bei Porta.

Die Rückführung von selektierten Kundenadressen in das Data-Warehouse lässt zukünftig eine kundengenaue Werbeerfolgskontrolle zu. Damit unterstützt die Lösung einen geschlossenen Marketingprozess – von der Analyse bis hin zum Nachjustieren der Selektionsannahmen.

SALT Solutions GmbH  
Hansaallee 201  
D-40549 Düsseldorf

Telefon +49.211.520236.0  
Telefax +49.211.520236.709

handel@salt-solutions.de  
www.salt-solutions.de

Ansprechpartner:  
Michael Witt  
Leiter Vertrieb Retail

Telefon +49.211.520236.708  
michael.witt@salt-solutions.de

**[SALT]**<sup>®</sup>  
SALT SOLUTIONS