

SPIRITUOSENUNTERNEHMEN GEHT ZUR VERBESSERUNG SEINER GESCHÄFTSERGEBNISSE ÜBER PORTFOLIOOPTIMIERUNG HINAUS



Ein Spirituosenunternehmen mit einer Vielzahl von Marken im Portfolio hatte Schwierigkeiten seine Investitionen über die verschiedenen Geschäftsbereiche mit unterschiedlichen Zielen und saisonalen Fenstern abzuwägen. Und obwohl es über ein Analytikprogramm verfügte, waren die Ergebnisse nicht verwertbar. Hier kam Analytic Partners ins Spiel, um ein Commercial Excellence Programm zu entwickeln, das auf diese einzigartige Branchendynamik ausgerichtet ist.

HERAUSFORDERUNG

Mehrere Marken stagnierten, insbesondere im On-Premise-Bereich, und der Kunde hatte keine klare Vorstellung von Marketing ROIs oder wie er Investitionen optimieren kann, um das Wachstum voranzutreiben. In einer Branche mit ganz spezieller Dynamik war es eine große Herausforderung, die Investitionen zwischen Vertriebs- und Marketingteams optimal zu verteilen. Darüber hinaus führte die Einführung neuer Produkte zu einer erhöhten Komplexität des Geschäfts.

LÖSUNG

Analytic Partners arbeitete eng mit dem Kunden zusammen, um ein Commercial Excellence Programm zu entwickeln, mit dem sich Daten in Expertise verwandeln lassen. Dazu wurde ein adaptiver analytischer

Ansatz genutzt, um zu ermitteln, welche Wirkung Marketingaktivitäten auf die Kunden im Laufe des Kaufprozesses hatten. Durch die Einbeziehung von Brand Equity/ Health-Metriken konnte das Team ein ausgewogenes Verständnis der Wirkungen von Marketinginvestitionen vermitteln.

Das Programm ging über den ROI nach Produkten/Kanälen hinaus, um strategische Anforderungen zu unterstützen, wie z. B.:

- ▲ Optimaler Einsatz von Analysen zur Erfassung von langfristigen Auswirkungen durch WOM
- ▲ Ermittlung dazu, welche Botschaften Anklang finden
- ▲ Optimale Umsetzung und Wege zur Verbesserung im On-Premise-Bereich aufzeigen
- ▲ Ermittlung von Wettbewerbskenntnissen

ERGEBNISSE

Für jede Marke wurden Portfolio-Management-Strategien entwickelt. Ausgabenumverteilungsempfehlungen wurden zur Szenarienplanung und Optimierung des Marketing-Mix genutzt.

Die umgesetzten Empfehlungen führten zur:

- ▲ **ERMITTLUNG VON
GEWINNMÖGLICHKEITEN
IN HÖHE VON ÜBER \$ 31
MIO. PRO JAHR**
- ▲ **STEIGERUNG DES
MARKETING-ROI UM
INSGESAMT 27 % IM
ERSTEN JAHR**

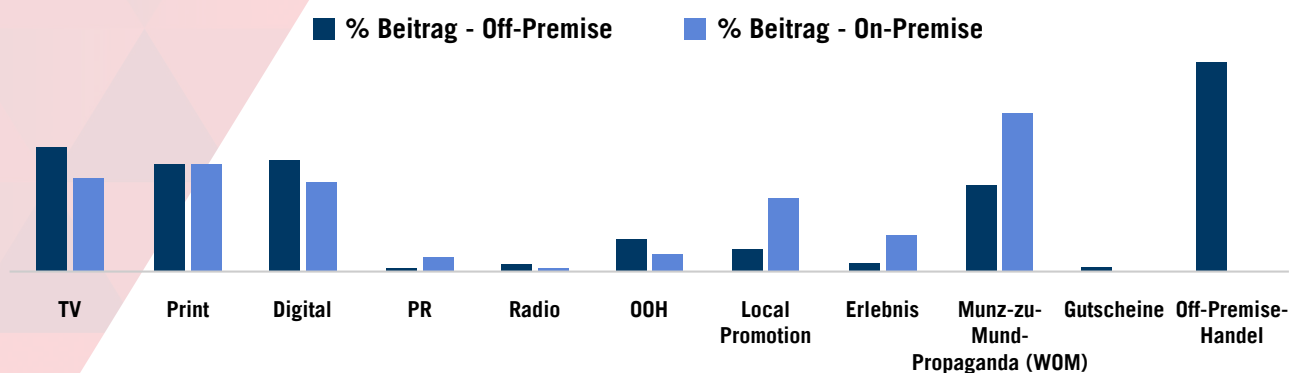
ERFAHREN SIE, WIE WIR AUCH IHR UNTERNEHMEN OPTIMIEREN KÖNNEN
Besuchen Sie [AnalyticPartners.com](https://www.analyticpartners.com)

SPIRITUOSENUNTERNEHMEN GEHT ZUR VERBESSERUNG SEINER GESCHÄFTSERGEBNISSE ÜBER PORTFOLIOOPTIMIERUNG HINAUS – DIE DETAILS

DATEN:

Die Analyse ergab, dass die direkte Wirkung des Marketing auf die Geschäftsleistung zwischen den einzelnen On & Off Premise-Kanälen variiert.

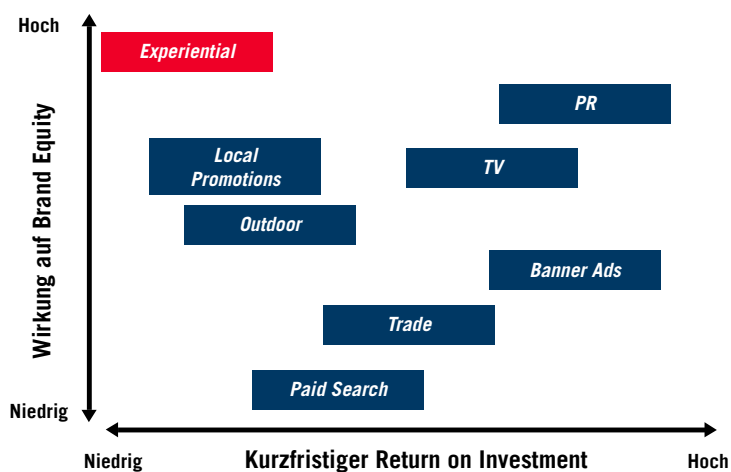
Marketingbeiträge von Marke A



ERKENNTNISSE:

Kurzfristiger ROI vs. Brand Equity - bei Marketingentscheidungen muss eine goldene Mitte zwischen ROI und anderen Zielen, wie etwa langfristigen Erwägungen (z. B. Brand Equity), gefunden werden. Im Falle unseres Kunden hatten erlebnis orientierte Events zwar einen niedrigen kurzfristigen ROI, jedoch eine starke Wirkung auf die längerfristige Brand Equity.

Marketingleistung von Marke X Brand Equity vs. kurzfristiger ROI



EMPFEHLUNGEN:

Die Analyse ergab verschiedene Chancen für den Kunden und seine Marken, wie unter anderem:

- ▲ Optimierung der Ausführung innerhalb einer Taktik, z. B. TV durch Umsetzung der Empfehlungen, um eine Best-in-Class-Copy zu erreichen
- ▲ Optimierung von lokalen Promotion-Investitionen durch Konzentration auf Bars/Nachtclubs, da dies die effizientesten aller Lokalitätstypen mit der stärksten Response sind
- ▲ Produkte für Events sponsern, um eine starke Response zu erzielen und den ROI zu steigern
- ▲ Out-of-Home in den Urlaubszeiten weiterhin strategisch optimal nutzen, um die Display-Abdeckung zu steigern und die Display-Effektivität zu verbessern
- ▲ Promotions und profitable, tägliche Preissteigerungen im Off-Premise-Bereich abwägen (dies führte zu einer vertieften Preisgestaltungsanalyse)

ERFAHREN SIE, WIE WIR AUCH IHR UNTERNEHMEN OPTIMIEREN KÖNNEN
Besuchen Sie [AnalyticPartners.com](https://www.AnalyticPartners.com)