

GIPFELBUCH

02/2018



Aktuelle News & Trends
CINTELLIC Consulting Group

CINTELLIC intern

Referenzen

CINTELLIC News

CINTELLIC Consulting Group

Bonn | Frankfurt | München

www.cintelllic.com

CINTELLIC
CONSULTING GROUP

Great Place to Work: CINTELLIC zählt gleich zweimal zu den TOP-Unternehmen



Das Great Place to Work® Institut hat der CINTELLIC Consulting Group im Frühjahr zwei Preise verliehen: Im März wurde das Beratungshaus als einer der **attraktivsten Arbeitgeber in NRW** ausgezeichnet. Im April folgte die Ehrung als einer der **besten deutschen Arbeitgeber in der Consultingbranche**.

Der Auszeichnung liegt eine anonyme Mitarbeiterbefragung und die Auswertung durch Great Place to Work® zugrunde. In dem Fragebogen werden neben den gebotenen Benefits insbesondere die Wohlfühl-Faktoren im Unternehmen, die Führungsqualität und die Entwicklungsmöglichkeiten beleuchtet. CINTELLIC konnte über die gesamte Breite und in allen Bereichen sehr gute Noten erzielen.

Unternehmen aller Größen und Branchen nahmen an den Befragungen zur Qualität und Attraktivität der Arbeitsplatzkultur teil und stellten sich einer Prüfung durch das unabhängige Great Place to Work® Institut. Mitinitiatoren dieser Brancheninitiative sind der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e. V., und die Internetplattform Consulting.de.



Effizienzsteigerung durch nachhaltigen Knowhow-Transfer

Die Entwicklung und Einführung von Kampagnenmanagement-Tools ist ein großer Schritt für Unternehmen und wirkt sich, neben CRM und IT, auf viele weitere Bereiche aus. Diese Hürde kann durch ein agiles Verfahren minimiert werden, damit kurzfristiger auf User-Bedürfnisse reagiert werden kann. Was jedoch häufig unterschätzt wird, ist der erhöhte administrative Aufwand – vor allem in großen Unternehmen – der mit dem Verfahren einher geht.

CINTELLIC entwickelt bei einem Dax-Konzern in agilen Teams, gemeinsam mit SAS, implementierte Lösungen weiter. Neben administrativen Themen werden vor allem der Wissenstransfer sowie die Dokumentation der Prozesse und Datenlandschaft für den Kunden begleitet. Somit wird Wissen aufgebaut, dokumentiert, und geteilt. Der größte Mehrwert für das Unternehmen ist, dass das Wissen, losgelöst von Personen, allen zugänglich ist.

Weiterentwicklung: E-Learning Data Science und Kampagnenmanagement

Das CINTELLIC Leistungsangebot für Sales und Delivery wird in verschiedenen Portfolios fachlich und inhaltlich gestaltet. So werden Kompetenzen gebündelt und Mitarbeiter gezielt weiterentwickelt. Neben der vielfältigen Projekterfahrung von CINTELLIC greifen wir auch auf moderne Methoden im E-Learning zurück. Dabei legen wir größten Wert auf die praktische Anwendung des erlernten Wissens.

In diesem Jahr wird es zwei kompakte Kurse in den Bereichen Data Science und Kampagnenmanagement geben. Die Kurse stehen zunächst intern für unsere MitarbeiterInnen und anschließend auch für unsere Kunden zur Verfügung. Die Lerninhalte sind praxisnah, businessorientiert und vermitteln direkt Erfahrungen zu dem Einsatz der erlernten Methoden und Techniken in verschiedenen Branchen und Bereichen.

Interesse? Richten Sie Ihre Anfrage gern an Ihren direkten CINTELLIC-Ansprechpartner!

Mehr Transparenz durch Einführung eines Marketing Operations Management Systems

Eine Vielzahl an Worddateien, Exceltabellen und vielen weiteren Dokumenten: Die Erarbeitung und Dokumentation einer strategischen Marketingplanung ist ein aufwändiger Prozess. Er unterliegt stetigen Abstimmungen, Anpassungen und Aktualisierungen – nicht nur im Handel. Zusätzliche Komplexität entsteht insbesondere durch die Notwendigkeit, die Marketingaktivitäten nicht nur länder- sondern auch kanalübergreifend zu steuern und zu orchestrieren.

Die Einführung eines Marketing Operations Management Systems als zentrales Tool schafft hier Transparenz über die geplanten Marketingaktivitäten und bietet gleichzeitig die Möglichkeit einer effizienten Ressourcenplanung und -steuerung entlang des gesamten Kampagnenmanagementprozesses.

CINTELLIC-Geschäftsführer auf Salesforce Fashion Innovation Tour 2.0



Im März besuchte CINTELLIC-Geschäftsführer Marcus Wailersbacher gemeinsam mit Kunden und Interessenten unseren Partner Salesforce in San Francisco.

Im Battery Business Club gab es u.A. ein Treffen mit dem Salesforce-Management, Verantwortlichen von Facebook und einem AR/VR-Venture.

Etablierung fachlicher Portfolios in den CINTELLIC Alltag

Wir bei CINTELLIC streben in allen Bereichen nach stetigem Wachstum. Dabei möchten wir ein attraktiver und moderner Arbeitgeber sein, der seine Mitarbeiter/innen anhand der persönlichen Kompetenzen fördert.

Um dies zu unterstützen, arbeitet CINTELLIC mit drei Portfolios. Die Bereiche: Business Intelligence/Data Warehousing, Data Science und CRM. In den Portfolios bietet sich jedem Berater die Möglichkeit, das CINTELLIC Leistungsangebot für Sales und Delivery mit zu gestalten.

Hierbei wird vor allem Wert darauf gelegt, den fachlichen Austausch zwischen allen Beratern zu stärken und somit die eigene Kenntnisse und Kompetenzen zu erweitern. Die Portfolios bieten eine Plattform für die Mitarbeiter sich näher kennenzulernen und GEMEINSAM persönliche als auch CINTELLICs Ziele zu erreichen.



Alexander Faber
Portfolio-Manager
Business Intelligence/DWH



Marcel Schulze Wierling
Portfolio-Manager
Data Science



Christina Eckhardt
Portfolio-Managerin
CRM

CINTELLIC-Geschäftsleitung auf der SXSW in Texas



Die CINTELLIC Consulting Group punktet bei Kunden mit exzellentem Fachwissen rund um die Geschäftsfelder Business, Data und Technology. Um die DAX-Unternehmen, und Global Player zukunftsicher beraten zu können, sind beide CINTELLIC-Geschäftsführer im März 2018 nach Austin im US-Bundesstaat Texas gereist, um auf der Trendmesse der Kreativszene – „South by Southwest“, kurz SXSW – zu erfahren, was die großen „Game Changer“ der nächsten Jahre in vielen Consumer- und Business-Feldern werden könnten.

CINTELLIC-Geschäftsführer Marcus Wailersbacher dazu:

„Die Digitalisierungswelle ist inzwischen in vielen Branchen angekommen. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, adäquate Lösungen für die Digitalisierung ihres Kundenmanagements zu entwickeln. Hierfür finden wir in Texas kreative neue Ansatzpunkte und Ideen. Dieser Blick über den Tellerrand ist wesentlich für unsere Arbeit.“

Ausbau profitabler Kundenbeziehungen bei einer Direktbank

Was ist mir mein Kunde wert? Diese Frage muss sich stellen, wer Kundenorientierung und besondere Services anbieten und so der Konkurrenz einen Schritt voraus sein will.

Kundendaten wie Produktausstattung und individuelles Verhalten liefern die Grundlage für eine Analyse des Kundenwerts und ermöglichen die effiziente Ausrichtung von Maßnahmen. So können Kundenbeziehungen weiter ausgebaut und individuelle, maßgeschneiderte Angebote und Services entwickelt werden. CINTELLIC liefert in verschiedenen Workshops einen Überblick über bewährte Ansätze und Best Practices und zeigt im Projekt bei einer großen deutschen Direktbank, wie sich Daten und Analysen zielorientiert im Rahmen einer übergreifenden CRM Strategie nutzen lassen, um eine beständig wachsende Kundenbasis profitabel auszubauen.

Investment Value Day 2018



Interessante Einblicke, spannende Diskussionen und einer Weinverkostung mit Starsommelier Markus Del Monego. Unter dem Motto „Unternehmenswertsteigerung durch Consumer Centricity“ im Mai die Veranstaltung INVESTMENT VALUE DAY 2018 von Defacto X und CatCap statt. Unser Fazit: Top-Veranstaltung und sehr gute Gespräche!

Innovationspreis IT – CINTELLIC als BEST OF 2018 ausgezeichnet

INNOVATIONSPREIS-IT

BEST OF 2018

initiative
mittelstand

CRM

Inspirierend. Lebendig. Digital. – Unter diesem Credo haben sich mehrere hundert Unternehmen mit ihren innovativen IT-Lösungen beim INNOVATIONSPREIS-IT 2018 beworben und sich dem Urteil der neutralen Fachjury gestellt. Bei dem Wettbewerb wurde der von CINTELLIC entwickelte KundenInterAktionsManager (KIAM) ausgezeichnet.

„Das ausgezeichnete Produkt hat die Jury überzeugt und gehört zur Spitzengruppe des diesjährigen INNOVATIONSPREIS-IT. Die Initiative Mittelstand kürt damit besonders innovative Lösungen, die mittelständische Unternehmen fit für eine erfolgreiche digitale Zukunft machen.“

Automatische Erkennung von Service-Themen im Telekommunikationsbereich

Bei unserem Klienten werten wir primär Kunden-E-mails, aber auch andere textbasierte Inbound-Kontakte aus, um auf Probleme im Service reagieren zu können. Das können zum Beispiel prozessuale Auffälligkeiten oder auch Probleme mit angebotenen Produkten sein. Diese können so zeitnah behoben werden, um die allgemeine Kundenzufriedenheit zu steigern.

Das automatisierte System läuft auf Basis einer Big Data Plattform in einer Analysesoftware, die es erlaubt, unter Java eigene Methoden zu entwickeln. Der Prozess läuft in zwei Analyseschritten ab: Der Erste wendet ein – über Daten aus einem großen Zeitintervall – erlerntes Modell an, das alltägliche Kundenkontakte herausfiltert, um im zweiten Schritt die Themen zu identifizieren, die sich im Zeitverlauf stark verändert haben und somit relevante Servicethemen sind. Dabei ist die Kombination aus lernenden Modellen und der Abbildung von Fachwissen elementar.

Mit dem Projekt soll eine signifikante Verminderung des manuellen Aufwands erzielt und somit Arbeitszeit eingespart werden.

3-teilige Webinarreihe RealTime



In einer sich immer schneller digitalisierenden Welt steigt der Druck auf die Marketing- und CRM-Abteilungen. Diese sollen den Kunden binden, begeistern und monetarisieren. Dabei wird die nonverbale Kommunikation insgesamt schneller und interaktiver. Das trifft auch auf die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden zu. Aus diesem Grunde hat CINTELLIC gemeinsam mit SAS eine dreiteilige Webinar-Reihe zum Thema RealTime durchgeführt. In den Veranstaltungen wurden die drei relevanten Phasen **Plan - Build - Run** vorgestellt, von der Idee bis zum effektiven Betrieb von Kampagnen.

Sowohl CINTELLIC als auch SAS verfügen über eine mehrjährige und branchenübergreifende Erfahrung aus dem Bereich der Echtzeit-Kampagnenaussteuerung und haben diese mit den Zuschauern der Webinare geteilt.

Sofern das Thema auch für Ihr Unternehmen relevant ist: **Die Aufzeichnung der Webinare erhalten Sie auf Anfrage von Ihrem CINTELLIC-Ansprechpartner.**

Nachlese: SAS Forum Schweiz 2018 in Zürich



Mehr als 400 Fachexperten und Analytics-Spezialisten aus verschiedenen Branchen waren am 30. Mai 2018 auf dem SAS Forum Switzerland in Zürich dabei, um spannende Keynotes zu Digitalisierungsstrategien zu erleben.

CINTELLIC war als Partner vor Ort vertreten und informierte am eigenen Stand über ausgereifte Lösungspakete im digitalen Kundenmanagement. In den vielfältigen Gesprächen ging es von der Auswahl einer geeigneten Kampagnenmanagement-Tools bis hin zu Datenzusammenhalt oder Datenqualität. Immer im Fokus: die nachgelagerte und nachhaltige Ertragssteigerung des Kunden – sei es durch die Erhöhung von Umsätzen dank effektiverer Kampagnen oder die Verringerung von Kosten.

Harmonisierte Produktstrukturen für einen besseren Kundenfokus

In der Kommunikation zwischen Vertrieb und Finanzwesen in einem Unternehmen aus dem Telekommunikationsumfeld herrscht Uneinigkeit: „Planung“ und „Ist“ von Umsatz- und Absatzzahlen sind schwer miteinander zu vergleichen. Unterschiedliche Produktstrukturen in den Bereichen sind der Grund dafür. Die technisch geprägte Vertriebsicht ist mit der bilanziellen Finanzsicht nur schwer übereinanderzulegen.

In einer Machbarkeitsstudie hat CINTELLIC daher die Chancen und Herausforderungen einer harmonisierten und am Kunden ausgerichteten Produktstruktur erarbeitet und in einem ersten Konzept formuliert. Mithilfe von Interview-Serien und Workshops wurden die notwendigen technischen und strukturellen Voraussetzungen für eine solche Produktstruktur erfasst und in Handlungsempfehlungen für die Umsetzung übersetzt.

Tool zur Datenschutz-Folgenabschätzung: gut gerüstet für die EU-DSGVO

Das neue Instrument der Datenschutz-Folgenabschätzung (DSFA) stellt sowohl die datenverarbeitenden Stellen („die Verantwortlichen“) als auch die Datenschutzbeauftragten in Unternehmen vor die große Herausforderung, zukünftig einen neuartigen Risikobegriff nach Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) „richtig und angemessen“ quantifizieren zu müssen.

Mit dem Ziel damit einhergehende Unsicherheiten und Mehraufwände von Beginn an auf ein Minimum zu reduzieren, unterstützte CINTELLIC eine große Bank bei der Entwicklung eines DSFA-Tools, welches den gesamten Erstellungsprozess automatisiert.

Darin eingeflossenes und anwendergerecht aufbereitetes Expertenwissen ermöglicht es, den Verantwortlichen eigenständig mittels Schwellwertanalyse, zunächst einmal den Bedarf für eine DSFA zu ermitteln und diese in der Folge dann durchzuführen und in angemessener Form an den Datenschutz zu berichten.

Das war die iCONSMr 2018



Wer die Kundenorientierung ernst nimmt, konnte bei der iCONSMr von den Besten lernen. Adidas, Douglas und Mobilcom plauderten aus dem Nähkästchen, wie sie ihre Unternehmen fit für die digitale Zukunft machen.

Die Veranstaltung unseres Partnerunternehmens DEFACTO X war auch in 2018 ein voller Erfolg: Über 200 Marketingentscheider trafen sich in Hamburg, um sich über Consumer Centricity auszutauschen.

Die iCONSMr hat sich als Branchenplattform zum Thema Consumer Centricity etabliert.

Die nächste iCONSMr findet am 27./28. März 2019 statt. Grundsätzlich ist eine Teilnahme auf persönliche Einladung möglich. Sprechen Sie hierzu mit Ihrem CINTELLIC Ansprechpartner!



CINTELLIC schließt Pro-Bono Projekt mit BIVA erfolgreich ab



Gesellschaftliches Engagement ist für CINTELLIC eine Herzensangelegenheit und tief in den Werten des Beratungsunternehmens verankert. In diesem Jahr unterstützte CINTELLIC die BIVA in Bonn mit einem Pro-Bono-Projekt.

Die Bundesinteressenvertretung für alte und pflegebetreffene Menschen (BIVA) e. V. ist ein unabhängiger Selbsthilfeverband und bis heute die einzige bundesweite Interessenvertretung für Bewohner aller Heimarten und Wohnformen, Nutzer von ambulanten Pflegeangeboten sowie für deren Angehörige. Die BIVA setzt sich für die Stärkung der Rechte, sowie für Menschenwürde und Selbstbestimmtheit im Alter und bei Behinderung ein.

Ziel unseres Pro-Bono-Projektes war es, eine Roadmap zur Umsetzung von Mitgliedergewinnungs- und Mitgliederbindungsmaßnahmen zu erarbeiten - und das mit der typischerweise knappen Ressourcen- und Budgetlage eines Non-Profit-Unternehmens.

Resultat war die Identifikation der wichtigsten Zielgruppen inklusive der passenden Kommunikationsmaßnahmen, die aufeinander aufbauen und eine klar definierte Zielsetzung haben. Mit der erarbeiteten Strategie kann die Umsetzung nun durch das hochmotivierte Team gestartet werden.

Aktuelle Publikationen

Kostenfrei herunterladen: www.cintelllic.com/publikationen



Success Stories
CINTELLIC Success Stories

Retail



Whitepaper
Churn Prevention – Strategien im Retention Marketing

Neue Kunden zu gewinnen ist mühsam, Kunden zu halten dagegen leicht



Whitepaper
Analytics first – Customer most

Wie Analytics und CEM gemeinsam den Weg zum loyalen Kunden weisen



Studie
Die Omnichannel-Bank

Was Bankkunden 2018 erwarten

Über CINTELLIC

CINTELLIC ist eine leistungsfähige Unternehmensberatung mit Spezialisierung auf das digitale Kundenmanagement. Zu ihren Kunden zählen DAX-Konzerne und renommierte Mittelständler, die in Folge der Beratung Umsatz- und Ertragssteigerungen erzielen.

Dabei steht CINTELLIC für ein breites Expertenwissen im Zusammenspiel von Business, Data und Technology.

Cintelllic GmbH
Remigiusstraße 16
53111 Bonn

t +49 228 92 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

CINTELLIC
CONSULTING GROUP