www.new-in-town.de

new- in -town

Ihr eigener Kunden-Club
Möglichkeiten, Chancen & Werte

Themennachmittag der
Johannes Gutenberg - Universität Mainz
und new-in-town

Donnerstag 28. Februar 2002

Martin Seibert
-Geschäftsführer-
Homepage-Design Seibert GmbH

m.seibert@homepage-design.net

www.new-in-town.de

new- in -town

Homepage-Design Seibert GmbH, Wiesbaden

- Seit 1996 Internet-Dienstleister mit 31 MitarbeiterInnen in Wiesbaden
- Knapp 100 Kunden (Deutsche Post AG, P&I AG, BAD GmbH, Bahamas, Hotel Interconti, Institut Fresenius AG ...)
- www.homepage-design.net

Homepage-Design Seibert

Wir arbeiten mit dem Kopf.

new- in -town

Wie kann ein Kunden-Club in Ihrem Business zum Einsatz kommen?

new- in -town

Die Herausforderungen

- Wie gewinne ich valide und wertvolle Datenprofile, die der Teilnehmer mir aus Eigenmotivation gibt?
- Warum sollten sich Teilnehmer überhaupt anmelden?
  - Kaltstart-Problematik
- Wie entwickelt und betreibt man einen erfolgreichen Kunden-Club?
  - Wie wird Ihre Corporate Identity berücksichtigt?
- Wie hält man die Kosten im Griff?

Kunden-Clubs auf Basis einer Matching-Community.

new- in -town

Die Herausforderungen

- **Wie gewinne ich valide und wertvolle Datenprofile, die der Teilnehmer mir aus Eigenmotivation gibt?**
- Warum sollten sich Teilnehmer überhaupt anmelden?
  - Kaltstart-Problematik
- Wie entwickelt und betreibt man einen erfolgreichen Kunden-Club?
  - Wie wird Ihre Corporate Identity berücksichtigt?
- Wie hält man die Kosten im Griff?

Kunden-Clubs auf Basis einer Matching-Community.

www.new-in-town.de

new- in -town

Ablauf eines Matching

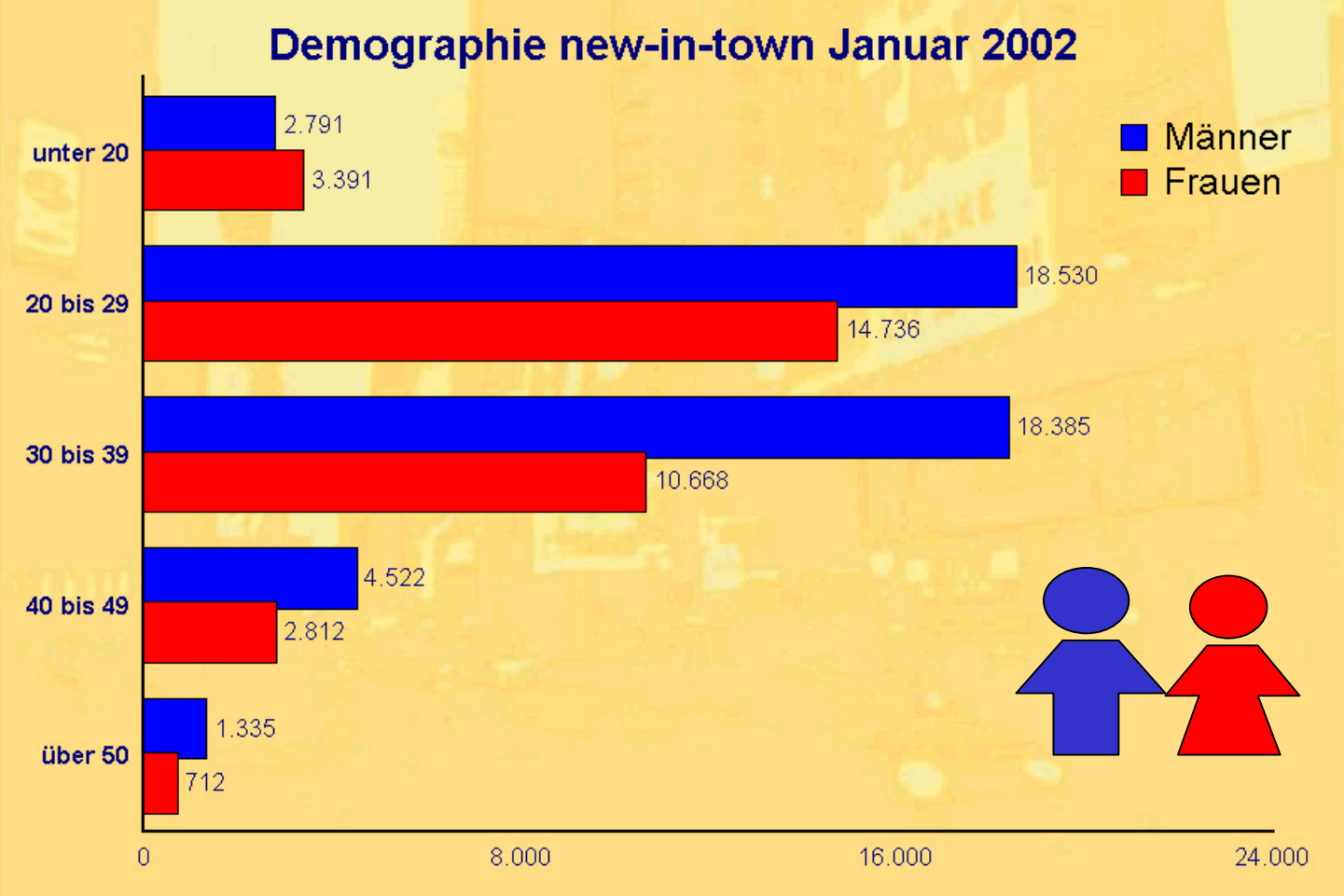
1. **Marco gibt sein Profil ein**
   (Mitgliedsname, Wohnort, Alter, Geschlecht, Interessen)
   a. Profil wird verglichen
   b. Ergebnis: „Gleichgesinnte aus der Umgebung„
2. **Kontaktieren und verabreden**
   über das interne Mailsystem können nun direkte Nachrichten versendet werden um ein Treffen zu realisieren.

Die Teilnehmer halten ihr Profil selbst aktuell.

www.new-in-town.de

new- in -town

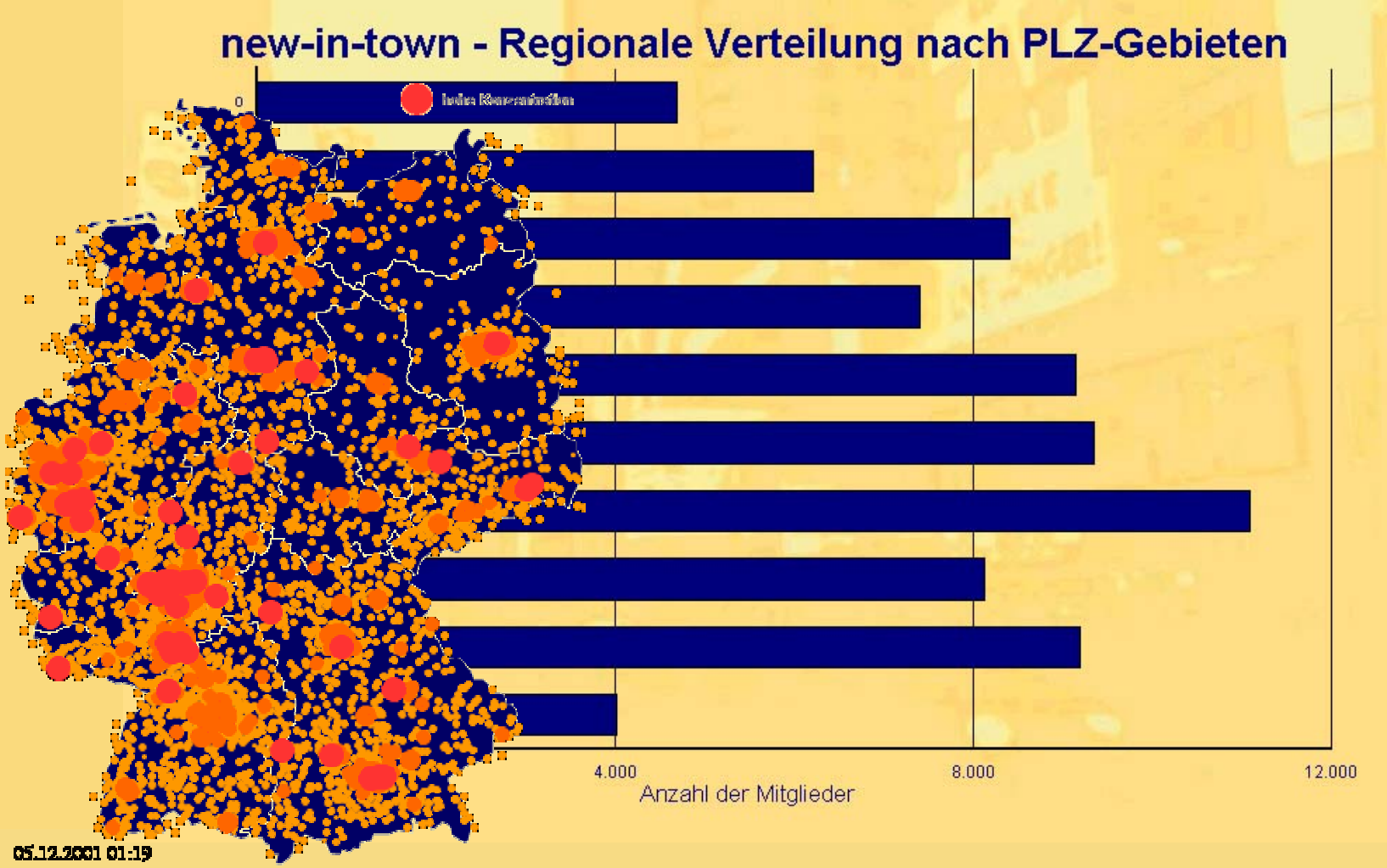
Mitglieder sind kaufkräftig und aktiv



www.new-in-town.de

new- in -town

new-in-town ist flächendeckend präsent



: log in to go out

new- in -town

Die Herausforderungen

- Wie gewinne ich valide und wertvolle Datenprofile, die der Teilnehmer mir aus Eigenmotivation gibt?
- **Warum sollten sich Teilnehmer überhaupt anmelden?**
  - **Kaltstart-Problematik**
- Wie entwickelt und betreibt man einen erfolgreichen Kunden-Club?
  - Wie wird Ihre Corporate Identity berücksichtigt?
- Wie hält man die Kosten im Griff?

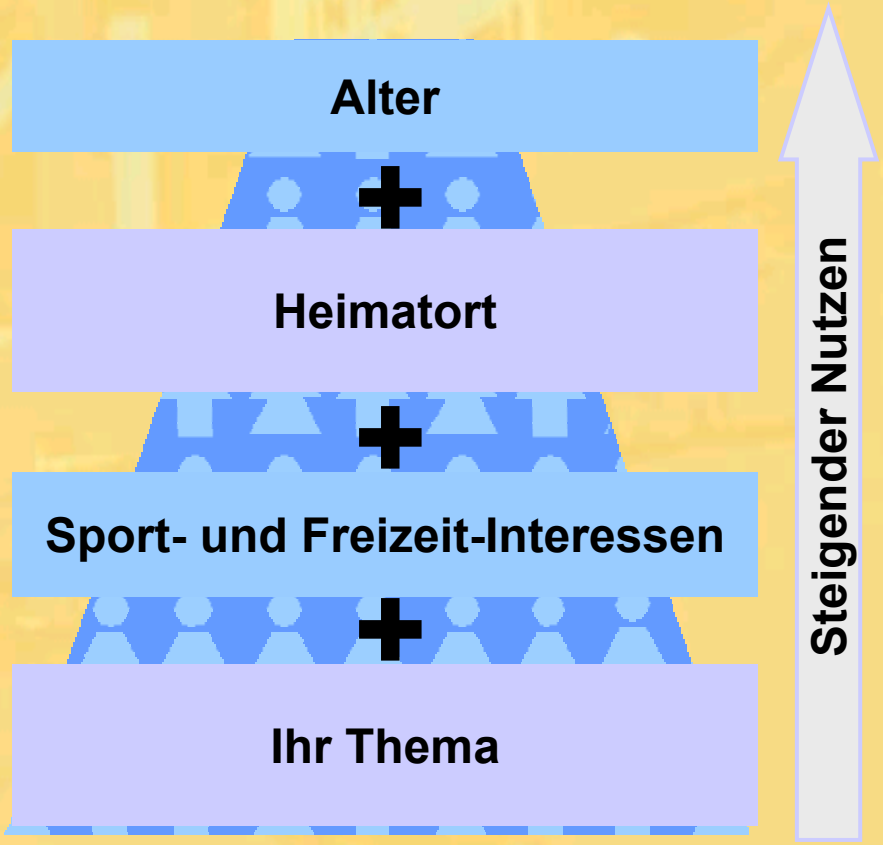
Kunden-Clubs auf Basis einer Matching-Community.

www.new-in-town.de

new- in -town

Der Matching-Prozess

- Voraussetzung für valides Datenmaterial
- Je mehr „Treffer“ desto mehr Nutzen
- Netzwerk unterschiedlicher Branchen wird mit steigender Teilnehmer-Zahl wertvoller

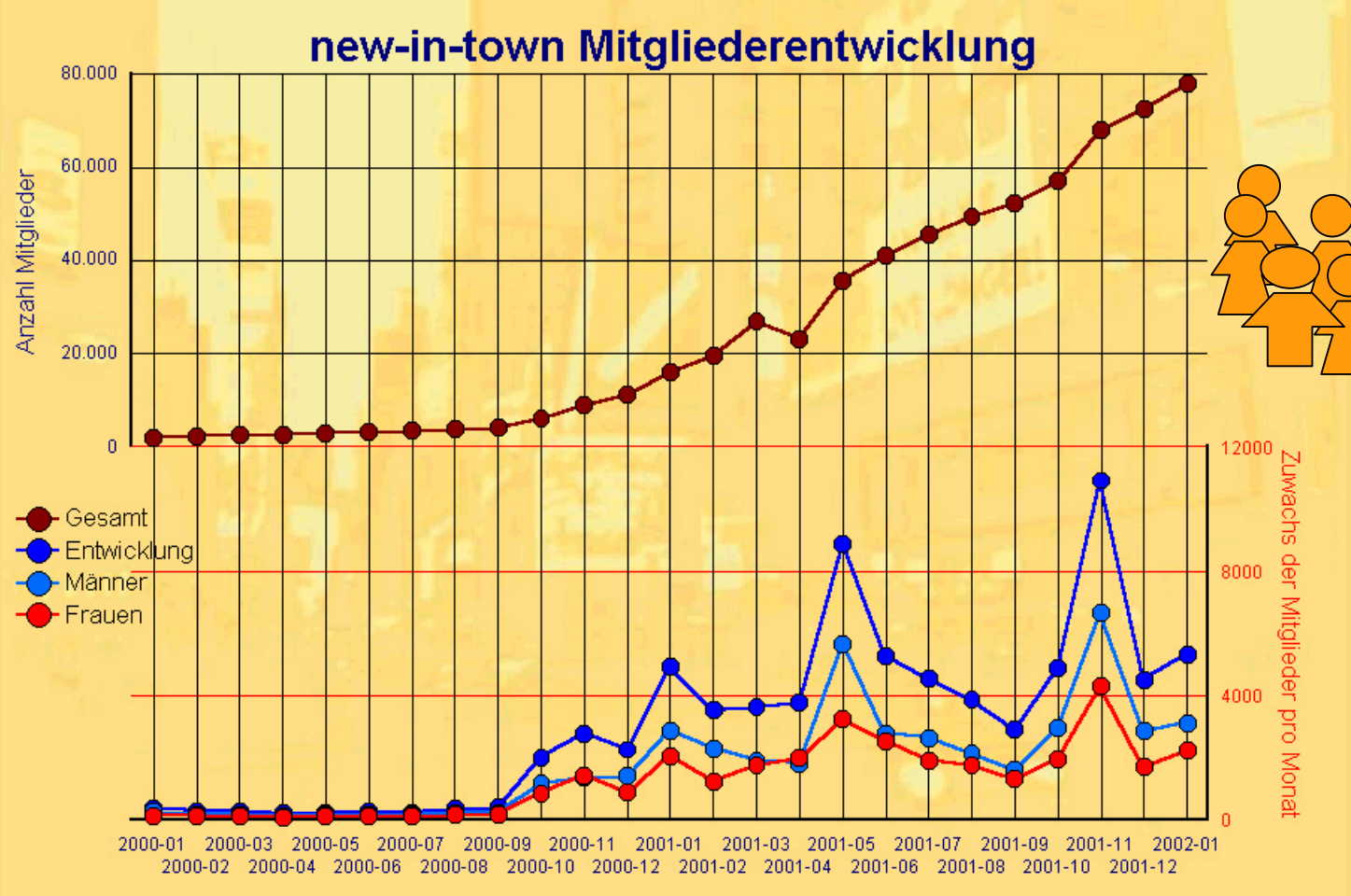


Wie erreichen Sie die kritische Masse?

www.new-in-town.de

new- in -town

Das Konzept ist etabliert und wächst



new- in -town

Die Herausforderungen

- Wie gewinne ich valide und wertvolle Datenprofile, die der Teilnehmer mir aus Eigenmotivation gibt?
- Warum sollten sich Teilnehmer überhaupt anmelden?
  - Kaltstart-Problematik
- **Wie entwickelt und betreibt man einen erfolgreichen Kunden-Club?**
  - **Wie wird Ihre Corporate Identity berücksichtigt?**
- Wie hält man die Kosten im Griff?

Kunden-Clubs auf Basis einer Matching-Community.

new-in-town - log in to go out - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Suchen Favoriten Verlauf

Adresse http://www.new-in-town.de/nit? Wechseln zu Links

werben bei new-in-town

Home Tour Anmelden Über uns Friends Events Pinnwand Hilfe

- Allgemeines
- Regeln
- Team
- Presseinformationen
- Partner
- Werbung

new- in -town

Login

User:

Pass:

Login

Passwort vergessen?

anmelden

Statistik

User:	78653
weiblich:	41.5%
männlich:	58.5%
Neue User:	189
Top-Stadt:	Raum Stuttgart
Top-Interesse:	Kino

Was ist new-in-town?

new-in-town ist die einfache und unkomplizierte Möglichkeit den passenden Freizeitpartner für alle Aktivitäten zu finden - **kostenlos und unverbindlich**.

Ob Tennis oder Squash, Kino oder Theater, Video- oder Spieleabend. Hier verabreden sich Freizeitbegeisterte zu interessanten Events in deiner Umgebung. **Jetzt anmelden!**

Wegweiser

Pressemeldungen
new-in-town Forum
Werbung bei new-in-town
new-in-town-Shop

für alles weitere:
kostenlos anmelden

Warum mitmachen

new-in-town ist der bequeme und kostenlose Weg, seine Freizeit wunschgerecht und zeitsparend zu organisieren. Mach jetzt unsere **Einführung** und entdecke die vielen Vorteile von new-in-town.

Einführung

Und das sagen die User über new-in-town...

"Ihr seid große Klasse, danke!"
Schneeforscher

Home · Anmelden · Tour · Friends · Events · Pinnwand · Hilfe
new-in-town als Startseite · new-in-town als Lesezeichen
Über uns · Werbung · Partner · Presse

: log in to go out

http://www.new-in-town.de/nit?nick=GUEST&sessionid=101301v1weo6l8h&file=about-nit/allgemein.html Internet

New-in-Town ... schnell und unkompliziert Sport- und Freizeitpartner finden - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Vorwärts Abbrechen Aktualisieren Startseite Suchen Favoriten Verlauf E-Mail Drucken Bearbeiten

Adresse http://www.newintown.de/ Wechseln zu Links

Home | Traveller | Reisen | Forum | Termine | Mail | Meine Daten | Hilfe | Log out

Reisen einstellen

Reisen neu anlegen

travel and friends

Enjoy your holiday together

:just contact

Login:

User:

Pass:

Login

Passwortvergessen?

anmelden

Statistik

User: 48642
weiblich: 42.3%
männlich: 57.7%
Neue User: 271
Top-Stadt:
Raum Stuttgart
Top-Interesse: Kino

Was ist travel and friends?

travel and friends ist die einfache und unkomplizierte Möglichkeit den passenden Freizeitpartner für alle Aktivitäten zu finden - **kostenlos und unverbindlich.**

Ob Tennis oder Squash, Kino oder Theater, Video- oder Spieleabend. Hier verabreden sich Freizeitbegeisterte zu interessanten Events in deiner Umgebung. **Jetzt anmelden!**

Wegweiser

Pressemeldungen
new-in-town Forum
Werbung bei new-in-town
new-in-town-Shop

für alles weitere:
kostenlos anmelden

Warum mitmachen?

travel and friends ist der bequeme und kostenlose Weg, seine Freizeit wunschgerecht und zeitsparend zu organisieren. Mach jetzt unsere **Einführung** und entdecke die vielen Vorteile von travel and friends.

Einführung

Deutsche Inline-Meisterin skatet bei travel and friends

Evi Kalbe ist deutsche Meisterin im Inline-Skaten und von new-in-town mindestens so begeistert wie von ihrem Sport. Mehr über die junge Blondine und ihre Vorliebe für new-in-town erfahrt ihr **hier**

Home · Traveller · Reisen · Forum · Termine · Hilfe · Logout
travel and friends als Startseite · Lesezeichen · Über uns · Werbung · Presse

:just contact

Fertig Internet

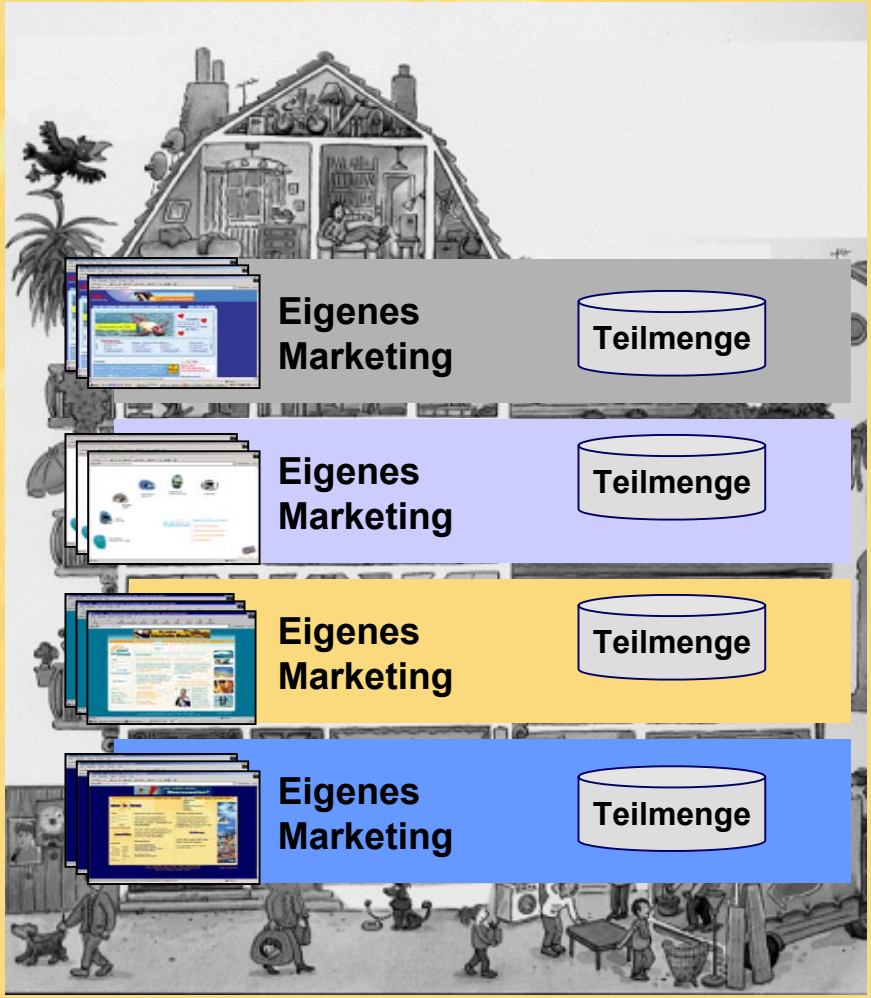
Start Explorer - N:\Photoshop 5.... Adobe Photoshop New-in-Town ... schn... 08:51

www.new-in-town.de

new- in -town

Das Club-Haus

- Metapher für technisches System
- Jeder Betreiber hat einen eigenen Stock für sich. Die Teilnehmer gehören in diesen Stock.
- Eine interne Haustelefonanlage sorgt für die schnelle Kommunikation
- Es gibt einen freundlichen Hausverwalter



new- in -town

Die Rolle des Hausverwalter

- Datensicherheit
- Datenschutz der Teilnehmer
- Betrieb und Weiterentwicklung des Systems
- Anfragen und Beschwerden bearbeiten
- Hausordnung aufstellen
- Sauberkeit sicherstellen

Wir bieten eine Dienstleistung, keine Software.

new- in -town

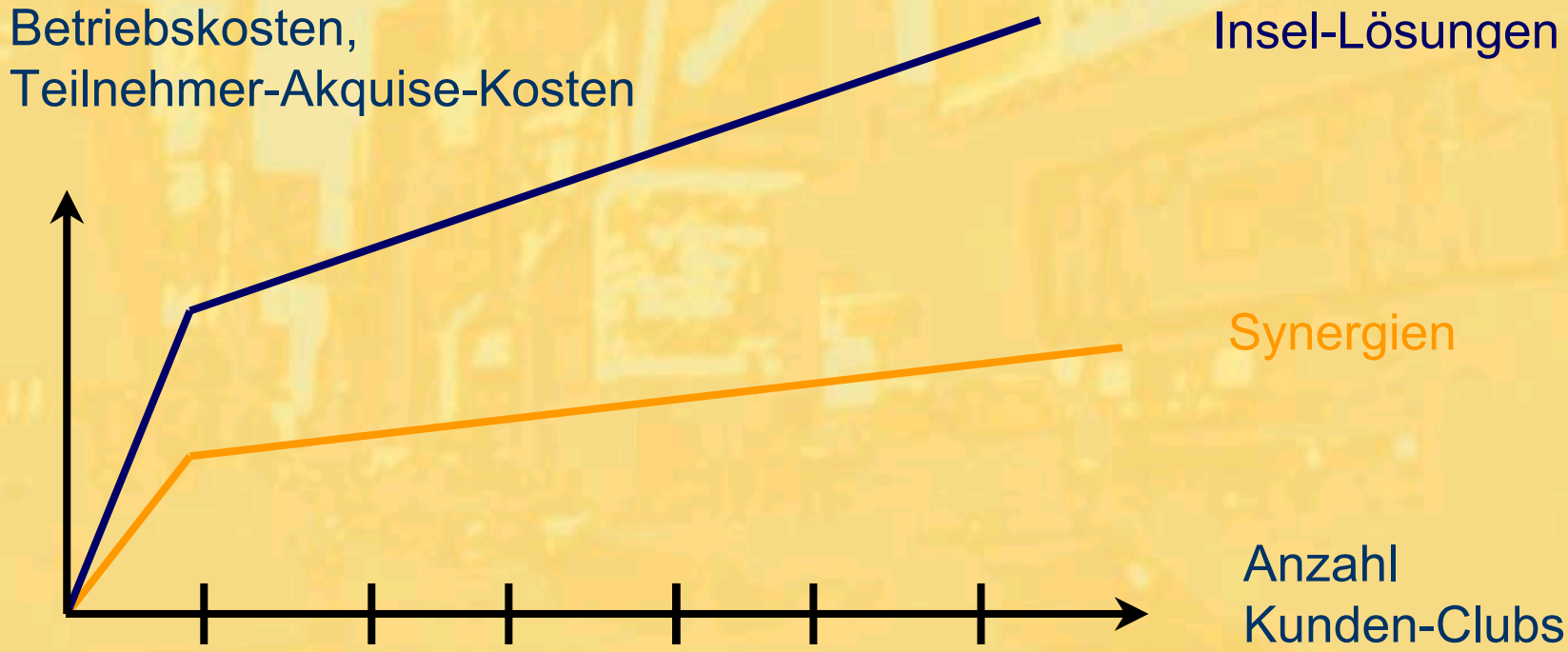
Die Herausforderungen

- Wie gewinne ich valide und wertvolle Datenprofile, die der Teilnehmer mir aus Eigenmotivation gibt?
- Warum sollten sich Teilnehmer überhaupt anmelden?
  - Kaltstart-Problematik
- Wie entwickelt und betreibt man einen erfolgreichen Kunden-Club?
  - Wie wird Ihre Corporate Identity berücksichtigt?
- **Wie hält man die Kosten im Griff?**

Kunden-Clubs auf Basis einer Matching-Community.

new- in -town

Kostendegression nutzen



Gemeinsame Technik ermöglicht starke Kostensenkung.

www.new-in-town.de

new- in -town

Sie gewinnen 100.000 Teilnehmer pro Jahr

- Direkt-Marketing
  - bei 100.000 generierten validen Profilen ist bereits ein geschätzter Gegenwert von 400.000 Euro entstanden
- Stärkung der Marke durch kontinuierlichen Kundenkontakt
  - 2,4 Mio. Newsletter- pro Jahr + 30 Mio. Web-Kontakte
- Wettbewerbsvorteil durch Emotionalisierung
- Einfache Integration in klassische Werbung
  - Nennung der URL und Nutzen

Erfolgreiche Kundenkontakte und Markenstärke

www.new-in-town.de

new- in -town

Die Lösungen für Ihren Kunden-Club

- Club-Teilnehmer hinterlassen valide Datenprofile aus Eigenmotivation.
- Mit 80.000 Teilnehmern als Basis startet Ihr Kunden-Club direkt durch.
- Der „freundliche Hausverwalter“ ist Ihr operativer Dienstleister
- Im „Club-Haus“ werden die Gemeinkosten geteilt.

Mit new-in-town starten Sie Ihren eigenen Kunden-Club.

www.new-in-town.de

new- in -town

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Ist ein Kunden-Club eine Alternative zu Ihrer nächsten Stern-Anzeige?

Martin Seibert, m.seibert@homepage-design.net