

PRESSEMELDUNG

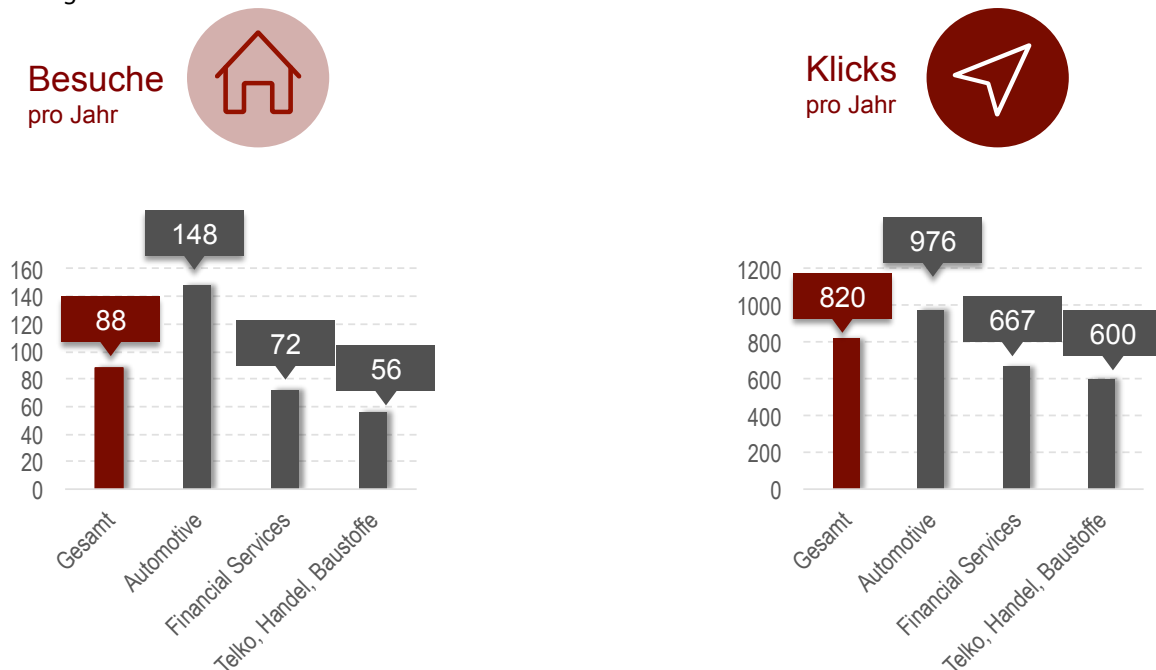
Das sind die KPIs erfolgreicher B2B-Bonusprogramme: Buben & Mädchen bieten Handlungsempfehlungen auf Basis konkreter Leistungswerte für die Erfolgskontrolle von B2B-Incentive-Portalen

Mainz, 5. November 2018 – Viele Unternehmen betreiben ein B2B-Incentive-Portal für ihre Kunden, Mitarbeiter oder Geschäftspartner – doch woran erkennt man, ob ein solches Portal erfolgreich ist, welches die entscheidenden Leistungswerte sind und wie sich die eigene Performance im Branchenschnitt einordnen lässt? Diesen und weiteren Fragestellungen sind die Buben & Mädchen im Rahmen einer großangelegten Auswertung ihrer Kundenprojekte nachgegangen und haben darauf aufsetzend quantitative und qualitative Guidelines zur Erfolgskontrolle entwickelt.

Quantitative Erfolgskontrolle durch konkrete Benchmarks – auch auf Branchenebene

Seit 2015 erfassen die Buben & Mädchen mit einem Statistiktool die Interaktionen auf allen B2B-Incentive-Portalen ihrer Kunden. Auf Grundlage von gut 50 Kundenprojekten mit insgesamt rund 92.000 Teilnehmern wurden deren Interaktionen in Form von Besuchen und Klicks im Jahr bzw. im Monat erhoben. Im Rahmen einer Gesamtauswertung für den kompletten Zeitraum hat die Agentur Durchschnittswerte ermittelt, die als Benchmarks für die Performance-Einordnung fungieren: So liegen die Interaktionswerte für ein erfolgreiches B2B-Incentive-Portal bei 88 Besuchen bzw. 820 Klicks im Jahr. Umgelegt auf den Monat sind das 7,3 Besuche und 68 Klicks – d.h., die Teilnehmer sollten mindestens zweimal die Woche auf dem Portal vorbeischauen, dabei gut 17 mal klicken und sich so intensiv mit den Inhalten des Programms auseinandersetzen.

Abbildung 1:

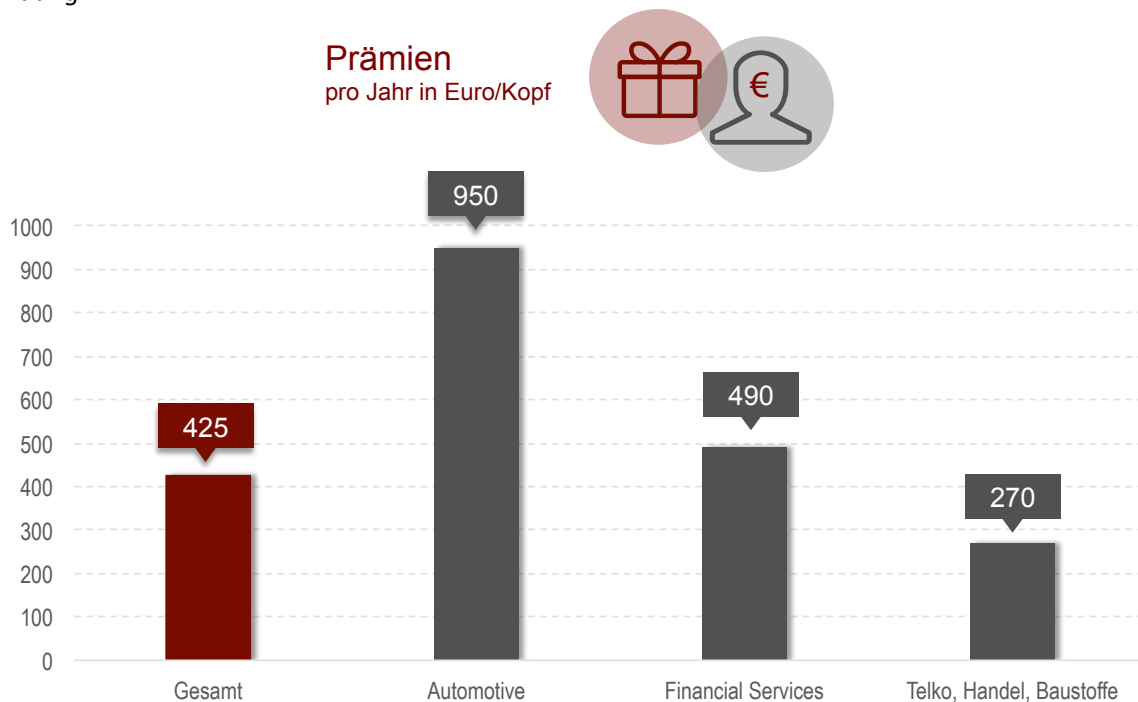


Quelle: Buben & Mädchen B2B-Incentive-Portale 2015 – 2018 mit gut 50 Kundenprojekten und 92.000 Teilnehmern

Innerhalb einzelner Branchen variieren diese Benchmarks allerdings stark, weil die eingesetzten Incentive-Mechanismen und Kommunikations-Maßnahmen je nach Wirtschaftszweig sehr unterschiedlich sind und eine entsprechend divergierende Programmausrichtung erfordern: So sollte ein Automotive Incentive-Portal im Jahr auf 148 Besuche und rund 976 Klicks kommen, um erfolgreich zu sein – womit es deutlich über den branchenübergreifenden Durchschnittswerten liegt. Im Bereich Financial Services liegt der Benchmark bei 72 Besuchen und 667 Klicks pro Jahr und Teilnehmer und damit leicht unter dem Gesamtdurchschnitt, während Branchen wie Telekommunikation, Handel und Baustoffe im Schnitt bereits mit jährlich 56 Besuchen und gut 600 Klicks pro Teilnehmer gut funktionieren.

Ein weiterer, wichtiger Faktor für den Erfolg eines B2B-Incentive-Portals sind die notwendigen Investitionen in die jährlichen Prämienwerte, die von den Teilnehmern erarbeitet werden können. Hier haben die Berechnungen der Buben & Mädchen unter Berücksichtigung der Interaktionsraten und der Erfüllung der definierten Zielsetzungen des jeweiligen Projektes ergeben, dass branchenübergreifend jährlich 425 Euro pro Kopf anzusetzen sind – wobei auch hier die Werte pro Branche stark variieren: Automotive ist mit 950 Euro Spitzenreiter, es folgen Financial Services mit 490 Euro und Sonstige Branchen wie Telekommunikation, Handel, Baustoffe mit 270 Euro pro Teilnehmer. Diese Werte sind gleichzeitig eine Kalkulationsbasis für Unternehmen, die überlegen, ein neues Bonusprogramm zur Umsatzsteigerung aufzusetzen.

Abbildung 2:



Quelle: Buben & Mädchen B2B-Incentive-Portale 2015 – 2018 mit gut 50 Kundenprojekten und 92.000 Teilnehmern

Janet Zschieschang, Geschäftsführerin von Buben & Mädchen: „Unsere Analysen zeigen, wie wichtig mehrleistungserzeugende Mechaniken und Promotions, ein kontinuierlicher Dialog, ein ständiges Monitoring sowie ausreichende Prämieninvestitionen für den Erfolg eines B2B-Incentive-Portals sind. Wir bei den Buben & Mädchen sind mit unserem Sales-Performance-Ansatz genau darauf spezialisiert: Wir entwickeln auf Grundlage detaillierter Datenanalysen passgenaue Wertungsmechaniken zur Generierung von mehr Umsatz für den jeweiligen Kunden. Gleichzeitig sorgen wir mit individuellen Performance-Tools und User-Ansichten auf dem Portal für eine maximale Animation der Teilnehmer – wobei vor allem die wertschätzende und zielgruppengerechte Kommunikation mit den Teilnehmern einen weiteren wichtigen Erfolgsfaktor darstellt. Der letzte Schritt zum Erfolg ist die Belohnung durch passgenaue Prämien und Incentives. Die Kombination dieser jeweils individuell konzipierten Maßnahmen macht uns und vor allem unsere Kunden so erfolgreich!“

Basierend auf den ermittelten Leistungswerten für Performance und Prämienwerte sowie auf den langjährigen Erfahrungen aus Konzeption und Betreuung unterschiedlichster B2B-Incentive-Portale haben die Buben & Mädchen zudem eine Checkliste mit den wichtigsten Handlungsempfehlungen zusammengestellt. Damit kann jedes Unternehmen für sich selbst überprüfen, ob es die zentralen Erfolgsfaktoren berücksichtigt:

Qualitative Prozesskontrolle durch Performance-Checkliste

1. Wertungsmechaniken: Fordern und Fördern – aber bitte individuell. Jeder einzelne Teilnehmer muss zur Erfüllung konkreter Ziele aktiviert werden.
2. Performance: Fortlaufende Einordnung der persönlichen Leistung für jeden Teilnehmer über entsprechende Portal-Ansichten und zentrale Mastersteuerung über ein Performance-Cockpit – so läuft maßgeschneidertes Erfolgscontrolling.
3. Wertschätzen: Jede Leistung muss individuell anerkannt und gelobt werden. Smarte Kommunikationsmaßnahmen schaffen den nötigen Ansporn, weiter Gas zu geben!
4. Vertrieb: Nur wenn der eigene Außendienst mitzieht und das Programm unterstützt, klappt es auch mit der teamübergreifenden Aktivierung und Involvierung.
5. Kampagnen-Manager/-Tool: Business Intelligence Tools sind essentiell, um alle Aspekte im Griff zu haben – auf nationaler, regionaler und individueller Ebene.
6. Belohnen: Vielfältige, lebendige und begehrenswerte Prämien sorgen für maximale Motivation – wichtig ist, dass für jeden Teilnehmer etwas Passendes dabei ist!

Kontakt:

Carola Holtermann
Marktkommunikation Buben & Mädchen
Telefon: +49 (0)40 / 328 714 13
Mobil: +49 (0)172 / 647 92 86
Mail: presse@bumg.de
Internet: www.bubenundmaedchen.de

Über Buben & Mädchen

Die 2011 gegründete Spezialagentur für Bonusprogramme, Verkaufswettbewerbe, Incentives und Prämiensysteme versteht sich als Innovator im B2B-Incentive-Markt. Mit ihren individuellen und maßgeschneiderten Lösungen verhilft die Agentur Unternehmen zu mehr Umsatz und Loyalität. Erklärtes Ziel aller Maßnahmen ist Best Performance: Leistung zu steigern, sie mess- und steuerbar zu machen sowie aktiv zu Mehrleistung zu motivieren und diese zu belohnen. Die Buben & Mädchen gehören heute zu den Top-3-Anbietern im deutschen Incentive-Markt und setzen Benchmarks bei Anreizsystemen und Portal-Technologien für B2B-Bonusprogramme. Das Unternehmen mit Firmensitz in Mainz beschäftigt 29 Mitarbeiter und erzielte im letzten Geschäftsjahr einen Jahresumsatz von 18 Millionen Euro.

Mehr Information unter: www.bubenundmaedchen.de