

Vier Bausteine für erfolgreiches Marketing nötig

Vortrag Mario Pieper von der Telekom stellt preisgekröntes Konzept des Unternehmens vor



Freuten sich über den Vortrag von Mario Pieper (Mitte): (von links) Wilhelm Tanke, Torsten Brandt, Dr. Klaus Sondergeld und

Helmut Loerts-Sabin 🔍

BILD: Sven Mertinkat

VON SVEN MERTINKAT

OLDENBURG - Helmut Loerts-Sabin, Präsident des Marketingclubs Weser-Ems, kam kurz ins Stock als er Mario Pieper ankündigte. „Er ist Senior Vice President Customer Relationship Management bei der Telekom“, sagte er. Für Pieper ist das Alltag: „Danach werde ich oft gefragt, ich mache Kundenmanagement für Privat- und Geschäftskunden in

Deutschland.“ An der Hunte stellte er das Marketing-Konzept der Telekom vor, mit dem das Unternehmen im vergangenen Jahr den Marketing-Preis gewonnen hat.

Mario Pieper überzeugte durch seine lockere und unterhaltsame Art. In seinem Vortrag wurden Produkte „abgemanaged“ (aus dem Programm genommen) und Vorstände vollzogen „Turnarounds“. Der Diplom-Kaufmann hatte viel Wissenswertes dabei: So fußte die Strategie der Telekom auf vier Säulen: Fokussierung auf ein Ziel, etwas im Kerngeschäft verändern, die Marke emotionalisieren und durch eine innovative Vermarktung neue Zielgruppen ansprechen.

Das gelang. Das Unternehmen verzeichnete durch die Neuausrichtung der Produkte (63 Prozent wurden vom Markt genommen), durch die Vereinheitlichung der vielen Marken unter dem „T“ und durch eine neue Vermarktung (emotionale Werbespots, Sponsoring, Events) große Zuwächse bei der Akquirierung von Neukunden und der Kundenzufriedenheit.

Als einen wichtigen Schritt bezeichnete Pieper den Exklusiv-Vertrag mit Apple zum Verkauf des iPhone in Deutschland. „Wohl eins der besten Geschäfte in der Firmengeschichte“, sagte Pieper.