



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Managementkonzeption für die Solenthaler Recycling AG



Remo Eberle
Gossau SG, Projektleiter



Jonas Dudle
St. Gallen



Tabea Möhr
St. Gallen



Livio Scheuch
Frauenfeld



Joel Schnetzer
St. Gallen



Marc-André Tondelli
Roggwil TG

Ein innovatives Marketingkonzept als Schlüssel zum digitalen Kundenkontakt

Die COVID-Pandemie erschwerte der SO-REC und die Neukundenakquise. Diese Situation führte zur Aufschaltung einer Einkaufsplattform für bestehende und neue Kunden. Der Auftrag lag darin, ein pfiffiges Marketing- und Kommunikationskonzept zu erstellen.

Methodik

Die Projektgruppe hat eine quantitative Kundenbefragung für drei Zielgruppen durchgeführt. Dabei haben sich bei der Zielgruppe „Neukunden“ 10 von insgesamt 30 angefragten Personen bereit erklärt, ihre Ansichten mit der Projektgruppe zu teilen. Ergänzend dazu hat die Projektgruppe zwei langjährige Mitarbeitende befragt und die Erkenntnisse in das Projekt einfließen lassen. Ein zusätzliches Experteninterview hat die Primärforschung komplettiert. Mithilfe der generierten Erkenntnisse sind kurz- sowie langfristige Massnahmen ausgearbeitet und durch ein Experteninterview verifiziert worden.

Ergebnisse

Aus den Befragungen der verschiedenen Zielgruppen ergeben sich drei Faktoren, welche als Differenzierungsmerkmal betrachtet werden. Dies sind die Informations- und Preistransparenz, die administrative Vereinfachung und die Flexibilität bei der Auftragsfassung. Sie dienen als inhaltliche Leitplanke für das Marketing- und Kommunikationskonzept der Neukundenakquise. Um eine ganzheitliche Bearbeitung der Onboarding Journey zu gewährleisten, wurden sieben Massnahmen entwickelt, die adaptiv auf verschiedene Zielgruppen anwendbar sind. Darunter fallen beispielsweise das Erstellen von Topic-Clustern, GoogleAds und LinkedIn sowie auch offline Massnahmen wie das Schalten von Inseraten und die Anpassung des Werbematerials.

Einzelne Massnahmen wurden mit ersten Tests auf ihre Effektivität untersucht. Auf Basis dieser Erkenntnisse konnten die Bewertungskriterien und Messgrößen der Massnahmen zielgruppenspezifisch ermittelt werden. Somit konnte ein Konzept vorgelegt werden, welches unmittelbar umgesetzt werden kann.

ost.ch/praxisprojekte-wi

Solenthaler Recycling AG, Gossau SG

Die SOREC wurde 1953 gegründet und fokussierte sich zu Beginn auf den Handel mit Alteisen und Buntmetallen. Der inhabergeführte Betrieb entwickelte sich zielstrebig weiter und das Dienstleistungsangebot umfasst heute die gesamte Recyclingprozesskette. Christoph Solenthaler ist für die strategische Planung verantwortlich, während die finanzielle Steuerung Ralph Solenthaler unterliegt.



Kundschaft

Solenthaler Recycling AG, Gossau SG
Christoph und Ralph Solenthaler,
Geschäftsführer
www.sorec.ch

Eine pfiffige Lösung für die Einführung unserer Online Plattform war der Ausgangspunkt für die Diskussion mit unserem Studierendenteam. Dass es sich dabei um eine Kaufplattform für Produktionsabfälle handelte, machte die Aufgabe einzigartig. Es war also in erster Linie Hirnschmalz gefragt, konnte doch nicht nach Lehrbuch vorgegangen, sondern es mussten eigene Ansätze entwickelt werden.

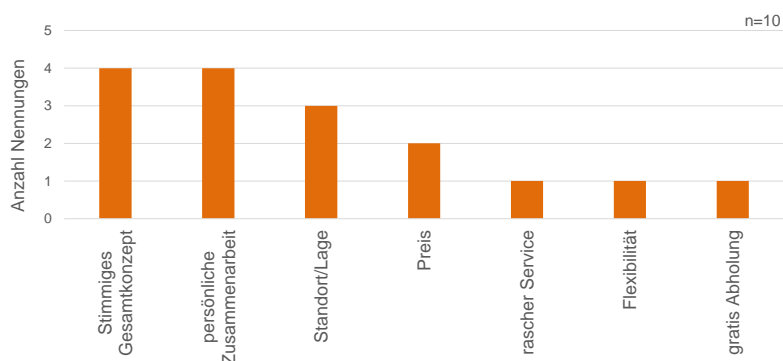


Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Rosella Toscano-Ruffilli,
lic.oec., dipl. Hdl. HSG

Das Projektteam stand nicht nur vor der Herausforderung eine neue Branche zu verstehen, sondern auch den Online-Einkauf in einer Branche bekannt zu machen, welche noch kaum digital unterwegs ist. Mit viel Engagement und Motivation ist ein pragmatisches Marketingkonzept entstanden. Einige Massnahmen wurden bereits im Markt getestet.

Schlüsselfaktoren für die Wahl des Entsorgungsunternehmens



Schlüsselfaktoren aus Sicht der befragten potentiellen Neukunden
Quelle: eigene Darstellung