

AFTER SALES

Starke Geschäftsmodelle

Durchdachte Konzepte und starke Strategien sind die Grundpfeiler für erfolgreiches After Sales, das wissen unsere STAR-Experten ganz genau. Sie bieten innovative Services an, stoßen Optimierungsprozesse an und finden Lösungen, die perfekt auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Unter Einsatz intelligenter Technologien können Ihre Prozesse so noch besser organisiert, koordiniert und gesteuert werden. Mit der Unterstützung durch die STAR-Experten können Sie Ihre Ressourcen optimal nutzen und sich langfristig wettbewerbsfähig aufstellen.

Rekordumsatz für den Mercedes-AMG Kalender 2021

Die Mercedes-AMG GmbH, eine Tochtergesellschaft der Daimler AG, ist auf der Suche nach einem zuverlässigen Partner für ihre Werbemittel eine Partnerschaft mit der STAR COOPERATION eingegangen. Mit der Lizenzvergabe haben die STAR-Experten das volle Maß an Eigenverantwortung übertragen bekommen. Und das haben sie daraus gemacht!

Ausgangssituation. Im Fokus dieser Partnerschaft stehen die Übernahme der Produktentwicklung und -steuerung, die Koordination des weltweiten Vertriebs und das eigenverantwortliche Management der Zahlungsabwicklung. Die STAR COOPERATION eignet sich hervorragend als langfristiger Lizenzpartner, da ihre Experten ein großes Maß an Erfahrungswerten in allen benötigten Bereichen bieten.

Ziel der Mercedes-AMG ist es, einen langfristigen sowie standardisierten Prozess für die Versorgung des weltweiten Handels zu etablieren. Dadurch soll jederzeit gewährleistet werden, dass qualitativ hochwertige Produkte unkompliziert ihren Weg zu den weltweiten Händlern, Kunden und Fans finden.

Lösung. Diese Anforderungen werden von der STAR COOPERATION vollumfänglich gedeckt, sodass eine langfristige Zusammenarbeit vereinbart wurde. Mit viel Eigenverantwortung, kreativen Ideen und Konzepten machen sich die STAR-Experten unmittelbar ans Werk. Unter anderem wurde für den Vertrieb des Kalenders ein neuer, exklusiver Online-Shop konzipiert und die bestehende E-Commerce-Plattform für den B2B-Markt optimiert, um mit einem hochwertigen Werbemittelsortiment zu begeistern. Die stetige Weiterentwicklung der Prozesse, der Produkte und des Business zahlen sich bereits aus: Der erfolgreiche Roll-out der strategischen Lösungen mit begleitenden Marketingmaßnahmen führt zu einem überdurchschnittlich hohen Verkauf des Werbemittelsortiments. Obendrein sorgen unsere Experten für einen Rekordabsatz des Mercedes-AMG Kalenders 2021. Die zwölf hyperrealistischen Kompositionen des Fotokünstlers Michael von Hassel finden so ihren Weg zu zahlreichen Fans.

UND ACTION: Großes Kino für Filmfahrzeuge

Im Jahr 2020 hat sich für uns einiges verändert. Es gab keine großen Veranstaltungen, Messen, Konferenzen oder Kongresse. Doch unser Kunde, ein bekannter deutscher Automobilhersteller, ließ sich davon nicht aus der Ruhe bringen. Um den Gefahren von COVID-19 zu entgehen und dennoch ein Live-Event stattfinden zu lassen, rief der Kunde die Idee des Autokino-Events ins Leben. Unsere STARS zeigten großen Einsatz und unterstützten mit einer integrierten Werbekampagne, um das Event auf die Beine zu stellen!

Ausgangssituation. Unser Auftraggeber konnte die in 2020 geplanten Kundenevents aufgrund des Lockdowns nicht umsetzen. Deshalb musste eine neue Idee mit strengem Hygienekonzept her. Die Gesundheit der Teilnehmenden und Mitarbeitenden durfte keinesfalls gefährdet werden. Dennoch war ein großes Live-Event erwünscht. Die Idee? Ein Autokino!

Ziel. Das geplante Autokino-Event sollte für alle Teilnehmer und Teilnehmerinnen ein unvergesslicher Abend werden. Neben einem actiongeladenen Film gab es auch ein exklusives Catering und eine Präsentation der Original Filmfahrzeuge. Selbstverständlich unter strenger Einhaltung aller Hygieneregeln.

Lösung. Unsere STARS übernahmen für dieses spektakuläre Event die Beratung und die Produktionssteuerung von Printprodukten. Dabei entstanden in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden folgende Print-Materialien: Tickets, Einwilligungsfomulare, Popcornbecher, Bauzaun-Banner, Leinwand-Banner und Beachflags. Das Event wurde ein voller Erfolg! 2021 soll es deshalb eine Wiederholung mit neuen Ideen unserer STARS geben. Was werden sie sich wohl für 2021 einfallen lassen?

PROJEKTHIGHLIGHTS AFTER SALES

Individuelle Kommunikation für sensible Themen

Sensible Themen angemessen vermitteln? Darin sind die Experten unserer STAR-Tochter sense&image unschlagbar! Sie kennen sich sowohl bestens mit Print- und Digitalmedien aus als auch mit Markenkommunikation im medizinischen Bereich. Sie treffen Tag für Tag genau den richtigen Ton, wenn es darum geht, Patienten und Healthcare Professionals (HCP) zielgruppengerecht anzusprechen.

Ausgangssituation. In Deutschland gibt es aktuell mindestens acht Millionen Menschen mit Diabetes. Unser Bestandskunde Abbott ist eines der weltweit führenden Gesundheitsunternehmen, das Menschen in allen Lebensphasen zu einem vitaleren und gesünderen Leben verhilft. Das oberste Ziel ist es, lebensverändernde Technologien zu schaffen und die Welt damit zu einem besseren Ort zu machen. Im Bereich Diabetes Care wird deshalb täglich an innovativen Lösungen gearbeitet, um Menschen mit Diabetes beim Diabetesmanagement zu unterstützen und ihnen den Alltag zu erleichtern. Zudem unterstützt der Pharmakonzern ebenfalls Healthcare Professionals und Außendienstmitarbeiter mit diversen Unterlagen für die persönliche Patientenkommunikation.

Ziel. In enger Zusammenarbeit sollen sämtliche Produktinformationen rund um das Diabetesmanagement-System FreeStyle Libre in der DACH-Region länderspezifisch und zielgruppenspezifisch erstellt werden. Dabei handelt es sich vor allem um Printunterlagen wie z. B. Broschüren, Flyer, Schulungsmaterialien, Bestellunterlagen und Materialien für Messestände. Darüber hinaus werden auch digitale Messen bestückt und Animationen und Präsentationen zielgruppengerichtet gestaltet.

Lösung. Auch dieses Jahr gab es zahlreiche spannende und abwechslungsreiche Projekte, bei denen die Experten von sense&image aus ihrem breitgefächerten Leistungsportfolio schöpfen konnten. Wieder waren ihr Gespür für präzise Zielgruppenansprache und ihr umfassendes Expertenwissen bezüglich der Corporate-Design-Guidelines gefragt. Herausstechen konnte ihre Unterstützung beim Produktlaunch

des neuen Diabetesmanagement-Systems FreeStyle Libre 3. Hierfür wurden Testpakete gestaltet, Broschüren getextet und grafisch umgesetzt, Animationen und Videos kreiert, und diverse Flyer entwickelt. Dabei lag der Fokus stets auf den unterschiedlichen Zielgruppen. Außerdem haben die Experten virtuelle Messestände kreativ bestückt und dafür gesorgt, dass Abbott unter einer Vielzahl an Ausstellern heraussticht. Unsere Experten freuen sich schon sehr auf die kommenden Aufgaben und neuen Herausforderungen.

Fragil war gestern – Supply Chain Visibility ist heute

Komplexe Lieferketten unterliegen auf ihrem Weg zahlreichen Risiken und sind an vielerlei Stellen anfällig für Störungen, vor allem in solchen unsicheren Zeiten wie diesen. Könnte man die Risiken nur vorhersagen und frühzeitig erkennen... Könnte? Unsere Experten aus dem STAR-Bereich LOGISTIK machen aus Wünschen Realität und betreiben daher den „STAR Supply Chain Control Tower“. Hierdurch werden Disruptionen vermieden und Risiken aktiv gesteuert, sodass Produkte stets pünktlich am richtigen Ort ankommen.

Ausgangssituation. Die Beschaffung von Rohwaren und Bauteilen ist aktuell so fragil wie nie zuvor, da die globale Vernetzung unserer Wirtschaft stark zur Komplexität beigetragen hat. Lieferanten sind weltweit lokalisiert, Transportwege sind multimedial geprägt und am gesamten Prozess ist eine Vielzahl an Leistungspartnern beteiligt. Solch lange Lieferketten sind anfällig. Lieferengpässe oder -verzögerungen setzen Kettenreaktionen in Gang und münden in erhöhten Kosten oder gar Produktionsausfällen. Um Störungen frühzeitig erkennen zu können, ist maximale Transparenz über die gesamte Supply Chain Gold wert.

Ziel. Da alternative Strategien unter Zeitdruck häufig nicht mehr erarbeitet werden können, ist es essenziell, sich von vornherein einen Gesamtüberblick zu verschaffen und ein gut strukturiertes Risikomonitoring zu betreiben. So lassen sich Risiken schneller identifizieren und nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Tragweite bewerten, insbesondere

PROJEKTHIGHLIGHTS AFTER SALES

dann, wenn unterschiedliche Disruptionen in kombinierter Form eintreten.

Lösung. Unsere STAR-Experten aus dem Bereich LOGISTIK haben es sich zur Aufgabe gemacht, Kunden aus verschiedensten Branchen dabei zu unterstützen, auch bei hochkomplexen Lieferketten den Blick für das Wesentliche behalten zu können. Ergebnis ist hierbei der „STAR Supply Chain Control Tower“. Dieser ermöglicht es, Supply Chains in Echtzeit zu überwachen, Risikopotentiale zu erkennen und bei Bedarf entsprechende Ausweichmaßnahmen zu initiieren. Basis für die Echtzeitüberwachung der Supply Chain bieten hierbei Softwarelösungen aus den Bereichen Datenkollaboration und Risikomonitoring. Diese überwachen nicht nur die Warenbewegungen, sondern setzen diese auch in Relation zu den jeweils bekannten Risikoinformationen, wie z. B. Verkehrs- und Wetterlage, politische Risiken, etc. Im Eintrittsfall einer möglichen Störung oder Planabweichung wird der Control Tower automatisch alarmiert und eine entsprechende Gegenmaßnahme wird eingeleitet. So wird das Risiko steuerbar und Auswirkungen können frühzeitig abgeschätzt werden.

Werbekampagne für Allergan CoolSculpting

Wer schön sein will, muss leiden. Aber nicht mit dem neuen Produkt des weltmarktführenden Pharmaunternehmens Allergan. Allergan hat ein raffiniertes Kälteverfahren zur Behandlung von Fettpolstern entwickelt und unsere kreativen Köpfe der Tochter sense&image helfen, die Markenbekanntheit zu steigern und das Produkt zu vermarkten. Doch wie haben sie das geschafft? Eine Google- oder LinkedIn-Kampagne ist für dieses Produkt eindeutig zu wenig!

Ausgangssituation. Allergan ist ein internationales Pharmaunternehmen, welches unter anderem im Bereich der medizinischen Ästhetik tätig ist. In dieser Sparte entwickelte der Weltmarktführer das Produkt CoolSculpting. Dabei handelt es sich um ein patentiertes Kälteverfahren zur Behandlung von Fettpolstern.

Ziel. Um die Markenbekanntheit zu steigern und ein Gefühl des Vertrauens beim Endkonsumenten auszulösen, entschied sich Allergan für eine aufmerksamkeitsweckende Werbekampagne mit dem Testimonial Regina Halmichs. Ziel war es, ein Kampagnenmotiv und einen 20-sekündigen Werbespot zu produzieren – und das in einem engen Timing von nur 3 Wochen.

Lösung. Die Kreativköpfe unserer Tochter sense&image entwickelten ein Storyboard für den Werbespot und ein Bildkonzept für das Kampagnenmotiv. Mit der Unterstützung des renommierten Fotografen Niels Geisselbrecht konnte das Motiv geschootet und der Werbespot nach dem Konzept der Experten von sense&image produziert werden. Das Ergebnis? Eine starke Frau steigt filigran und anmutig aus dem Eis – symbolisch dargestellt für die einfache Behandlung mit dem patentierten Kälteverfahren CoolSculpting. Um diese aufmerksamkeitsweckende Idee umzusetzen, zeigte sense&image wahres Organisationstalent! Sie organisierten Sprecher für den Werbespot, übernahmen die Koordination am Set, styelten Regina Halmich und ließen den Eisberg 1:1 wie im Storyboard gezeichnet von einem professionellen Skulpturenbauer nachstellen. Zusätzlich war sense&image mit einem Kamerteam vor Ort, um das Making-Of des Shootings einzufangen und in der Post-Produktion zu einem eigenen Film zusammenzuführen.

Die Zukunft gehört den E-Autos

Das Thema Fahrzeugelektrisierung ist aus der heutigen Automobilbranche nicht mehr wegzudenken. Wer in der Automobilindustrie die Vorreiterrolle einnehmen möchte und zukunftsorientiert denkt, setzt auf die Entwicklung und Verbreitung von E-Fahrzeugen und allem was dazu gehört. Wie können unsere STAR-Experten diese innovative Entwicklung mit einem wertvollen Beitrag voranbringen?

Ausgangssituation. Der Fahrzeugriese Mercedes-Benz ist gerade dabei, ein Ladenetzwerk für E-Autos zu etablieren. Dieses soll für Kunden zahlreiche Vorteile im Alltag bringen. So können sie sich beispielsweise an einer passenden Ladestation in ihrer Nähe, mithilfe einer RFID

PROJEKTHIGHLIGHTS AFTER SALES

Ladekarte im Scheckkartenformat, als Mitglieder identifizieren und direkt ihr Auto aufladen.

Ziel. Um die Zukunft der E-Autos weiter voranzutreiben, soll dieses Netzwerk schnellstmöglich aufgebaut werden. Dafür ist es sinnvoll, wenn alle Kunden direkt beim Kauf eines E-Autos ein Mercedes-Me Kit mit allen notwendigen Informationen und der Karte direkt im Wagen vorfinden. Die Herausforderung dieser Aufgabe besteht darin, herauszufinden, welche Parameter mit der Produktion, Logistik und dem Empfängerwerk abgestimmt werden müssen, damit die Fahrzeughalter das Mercedes-Me Kit am richtigen Platz finden.

Lösung. Die STAR-Experten aus dem Bereich LOGISTIK bringen viel Erfahrung aus dem Bereich Bordliteratur und Prozessgestaltung mit. Deshalb haben sie kurzerhand für die E-Auto-Linien den richtigen Bemusterungsprozess identifizieren können. Dafür organisierten sie das Lieferantenmanagement, sowie die Disposition und die Abstimmung mit der Logistikplanung in den jeweiligen Werken. Darüber hinaus übernahmen sie die Auslieferung der Mercedes-Me Kits für unseren Kunden. Zusammengefasst haben unsere STAR-Experten das Supply Chain Management bis hin in die Produktionswerke in Serie geführt und fortgesetzt. Die Lieferkette kann nun sogar problemlos für weitere Produkte genutzt werden. Jetzt beinhaltet jedes E-Auto, das künftig vom Band rollen wird, ein Mercedes-Me Kit. Und Kunden neuer E-Fahrzeuge und Hybrid-Pkws freuen sich darüber, alle notwendigen Informationen und ihre Ladekarte direkt in ihrem Handschuhfach vorzufinden.

Die neue Dimension der Logistik

Digitalisierung und Automatisierung sind in allen großen Bereichen tragende Schlagworte, so auch beim Mautsystem. Die Mautvorgaben entwickeln sich stetig weiter und breiten sich länderübergreifend aus. Unsere STAR-Experten sind hier genau richtig und können mit ihrem Wissen und ihrem reichen Erfahrungsschatz einen Beitrag zur Weiterentwicklung leisten. Wie sieht dieser Beitrag aus?

Ausgangssituation. Im Moment wird eine Lkw-Maut in Deutschland für Fahrzeuge ab 7,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht verlangt. Die entsprechenden Gebühren werden mit über 200.000 nationalen und internationalen Unternehmen abgerechnet. Diese kontinuierlichen Einnahmen sichern den Erhalt und den Ausbau der Straßeninfrastruktur. Seitens der EU gibt es Bestrebungen in Bezug auf das Mautsystem, die den Einsatz neuer Technologien benötigen. Hier können unsere STAR-Experten behilflich sein, denn sie verfügen über jede Menge Erfahrung in diesem speziellen Sektor.

Ziel. Die EU-Verkehrsminister sind seit längerem bestrebt, ein möglichst einheitliches Mautsystem einzuführen. Das Mautsystem soll länderübergreifend gelten und möglichst vereinheitlicht werden, damit Lkws nur mit einem Mautgerät (OBU) durch ganz Europa fahren können. Im Ergebnis strömen zunehmend mehr Anbieter mit eigenen Geräten auf den Markt. Die Konkurrenz in diesem Bereich ist jetzt schon sehr groß und nimmt weiter zu.

Lösung. Unsere STAR-Experten arbeiten schon länger mit dem bundeseigenen Unternehmen Toll Collect zusammen. Dabei tragen sie einen Teil zur gesamten logistischen Abwicklung der Mautgeräte und der dazugehörigen Peripheriekomponenten bei. Nun können sich unsere Experten aus dem STAR-Bereich LOGISTIK aufgrund ihrer langjährigen Expertise in diesem sehr speziellen, dynamischen Marktumfeld bei einem Bieterverfahren gegen namhafte Konkurrenz durchsetzen. Sie überzeugten insbesondere mit breitgefächerten Skills im Projektmanagement und ausgeprägtem technologiebasierten Know-how. Die Realisierung einer vollumfänglichen Logistik- und IT-Lösung wird also nicht lange auf sich warten lassen. Die Arbeit ist bereits in vollem Gange und soll bis Ende des Jahres 2021 abgeschlossen werden.