



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

Der DDV.

Acht Kompetenz-
Center für Ihre
Interessen.



Kompetenz-Center Agenturen

Die kreativen Köpfe der wichtigsten Dialogmarketing-Kampagnen sind im Kompetenz-Center Agenturen organisiert. Hier sind von den international agierenden Werbeagenturnetzwerken über große selbständige Kreativschmieden bis hin zu kleineren inhabergeführten Agenturen vertreten. Die Mitglieder des Kompetenz-Centers Agenturen stehen für datenbasierte und konsumentenzentrierte Dialogkommunikation und unterstützen den Erfolg von Marken und Unternehmen.

Ziele:

- **Themenführerschaft in Sachen Dialogmarketing-Beratung, Kreation, Database und Media im Dialogmarketing**
- **Austausch und Networking**
- **Konzeption und Durchführung des MAX-Awards**
- **Nachwuchsqualifizierung im Dialogmarketing**



Voraussetzungen:

- **Erbringung klar definierter Eigenleistungen in den Bereichen strategische und konzeptionelle Beratung, Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen**
- **Einhaltung eines Ehrenkodexes**

Kompetenz-Center Anwender von Dialogmarketing

Dieses Kompetenz-Center bietet den werbungstreibenden Unternehmen im DDV die Plattform für intensives Networking und Know-how-Austausch. Die Mitglieder tauschen sich hier in ihrer Funktion als Auftraggeber von Dialogmarketingdienstleistungen branchenübergreifend aus. In den regelmäßigen Treffen des Kompetenz-Centers steht vor allem der Wissenstransfer im Vordergrund.

Erfahrungen und Informationen zu aktuellen Themen sowie zukünftigen Herausforderungen werden untereinander intensiv aus Auftraggebersicht diskutiert. Ergänzt werden die viermal jährlich stattfindenden Sitzungen des Kompetenz-Centers durch interessante Best Practice-Vorträge zu aktuellen Themen und Fragestellungen.

Ziele:

- **Erfahrungs- und Informationsaustausch zu allen Themen des Dialogmarketings aus Sicht der Auftraggeber wie:**
 - **Online- und Printmedien**
 - **CRM-Maßnahmen**
 - **Datenschutz, Gesetzgebung**
 - **Entwicklungen und Trends**
- **Einflussnahme auf Politik und Wirtschaft im Sinne der Anwender**

Voraussetzung:

Auftragsvergabe von Dialogmarketingdienstleistungen

Kompetenz-Center KI und Customer Centricity

Das Kompetenz-Center KI und Customer Centricity ist 2020 aus dem Zusammenschluss des KC CRM und des ThinkTanks KI entstanden. Für seine Mitglieder aus unterschiedlichen Bereichen – sowohl von Dienstleister- als auch von Anwenderseite – steht der Austausch und der Wissenstransfer im Vordergrund.

Ziele:

- **Trendsetter und Plattform des Austauschs für die zukunftsweisenden Themen rund um KI und Customer Centricity**
- **Angebot an Veranstaltungen, Vorträgen und Materialien wie etwa Übersichten oder Checklisten**
- **intensiver Austausch über digitale Medien wie eine eigene Gruppe im Business-Netzwerk XING**

Voraussetzungen:

- **Teilnahme und aktive Mitarbeit an den Projekten des Kompetenz-Centers**
- **Aktive Weitergabe der Inhalte im eigenen Unternehmen**
- **Aufnahme durch die Vorsitzenden**



Kompetenz-Center Customer Services

Im Kompetenz-Center Customer Services sind die in Deutschland führenden CallCenter-Dienstleister und -Anwender organisiert. Die Schwerpunkte des Kompetenz-Centers sind Lobbying in wichtigen Fragen der Branche und eine aktive Öffentlichkeitsarbeit. Zudem fungiert es als Innovations-Scout und fachlicher Sparringspartner für seine Mitglieder.

Ziele:

- **Die Formulierung und Förderung der wirtschaftlichen Interessen der Mitglieder**
- **Einflussnahme auf politische, gesellschaftliche, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen**
- **Zusammenarbeit und Dialog mit Telekommunikations-Anbietern, mit nationalen und internationalen Verbänden sowie Interessenvertretungen und weiteren Organisationen**

Nutzen:

- **Informationen zur aktuellen Rechtslage**
- **Networking und Erfahrungsaustausch vor Ort**
- **Austausch zum Thema Mitarbeiter mit allen Facetten (Aus- und Weiterbildung, Rekrutierung, Betriebsrat und Betriebsvereinbarungen)**
- **Information potenzieller Mitarbeiter über eine eigene Website (www.jobchance-callcenter.de)**

Voraussetzung:

- **Einhaltung des Branchenkodexes**

Kompetenz-Center Digitaler Dialog

Der Dialog über digitale Medien ist einer der wesentlichen Wachstumsbereiche und Innovationsfaktor im Dialogmarketing. Wesentliche Themen hierbei sind zum Beispiel E-Mail Marketing, Social Media und Mobile Marketing, aber auch Messenger und ähnliche Technologien, die auf Interaktion ausgelegt sind.

Ziele:

- **Definition gemeinsamer Positionen**
- **Verbreitung gemeinsamer Botschaften**
(Broschüren, Veranstaltungen etc.)
- **Formulierung und Durchsetzung von Standards**
(Definitionen, Messverfahren etc.)
- **Whitelistprojekt „Certified Senders Alliance (CSA)“**



Voraussetzungen:

- **Einhaltung eines Ehrenkodexes**



Kompetenz-Center Zustellung

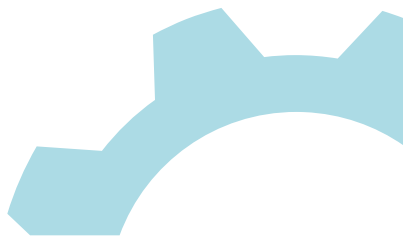
Im Kompetenz-Center Zustellung sind die Experten für die „letzte Meile zum Verbraucher“ organisiert. Haushaltwerbung ist heute eine strategisch, technisch und logistisch anspruchsvolle Spezialdienstleistung: Bis ein Prospekt im Briefkasten landet, sind komplexe Planungs- und Organisationschritte nötig – von der Beratung der Agenturen bis zu Standards für die Verteilung. Für das Verteilunternehmen wie für dessen Kunden sind dabei Verlässlichkeit und nachprüfbare Qualität das A und O einer vertrauensvollen Zusammenarbeit.

Ziele:

- **Akzeptanzsteigerung der Haushaltsdirektwerbung bei Verbrauchern und Anwendern, im Wesentlichen durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit mit einem eigenen PR-Ausschuss sowie durch die Initiierung von Marktforschung**
- **Schaffung und Überwachung von Regularien zur Qualitätssteigerung der Zustellung und zur „Ordnung am Briefkasten“**
- **Wahrnehmung der gemeinsamen Interessen der Zustellunternehmen gegenüber allen gesellschaftlich relevanten Gruppen sowie der Gesetzgebung**

Voraussetzungen:

- **Das Unternehmen muss Zustelldienstleistungen selbst organisieren oder in Auftrag geben**
- **Einhaltung eines Ehrenkodexes**



Kompetenz-Center Zielgruppenmarketing

Im Kompetenz-Center Zielgruppenmarketing sind renommierte Listbroker und unabhängige Listmanager organisiert. Sie sind Spezialisten und Berater im Zielgruppenmarketing. Ihr Kerngeschäft ist die Vermittlung von Zielgruppen- Adressen für die Neukundengewinnung.

Ziele:

- **Positionierung des Listbrokings als einer der wichtigsten Faktoren für erfolgreiches Dialogmarketing**
- **Einflussnahme auf die politischen, gesellschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen (insbesondere DS-GVO) zum Erhalt und zum weiteren Ausbau des Listbrokings**
- **Mehr Akzeptanz in der Öffentlichkeit, insbesondere beim Konsumenten**
- **Förderung der Professionalität durch Aus- und Weiterbildung**
- **Weiterentwicklung der Qualitäts-Standards von Listbroking-Angeboten**

Voraussetzungen:

- **Tätigkeit als neutraler, unabhängiger Adressmakler oder Listmanager sowie entsprechend professionelle Fachkenntnisse**
- **Verpflichtung zur Überprüfung der Qualitäts- und Leistungsstandards**
- **Einhaltung eines Ehrenkodexes**
- **Einhaltung der Verpflichtungserklärung**

Kompetenz-Center DirectMail Services

In diesem Kompetenz-Center sind Dienstleister aus den Bereichen Adresse, Lettershop und Verarbeitung organisiert. Die Mitglieder fördern aktiv den Informationsaustausch mit nationalen und internationalen Organisationen und Verbänden. Darüber hinaus positionieren sie Direktmarketing-Dienstleistungen am Standort Deutschland insbesondere in den Bereichen Technik und Aus- und Weiterbildung.

Ziele:

- **Steigerung von Qualität und Quantität adressierter Werbesendungen**
- **Schaffung eines positiven Images von adressierten Werbesendungen in der Öffentlichkeit**
- **Transparenz bezüglich des Leistungsangebots, der Qualitätsstandards und des Geschäftsgebarens gegenüber Kunden**
- **Kompetenter fachlicher Ansprechpartner für Politik und Medien**





Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

Kontakt:

DDV

Deutscher Dialogmarketing Verband e. V.

Hahnstraße 70

60528 Frankfurt

Ansprechpartnerin:

Martina Rambach

Telefon: +49 69 401 276-522

Fax: +49 69 401 276-599

E-Mail: m.rambach@ddv.de

www.ddv.de

