

freyraum marketing GmbH

Vertriebsnahe Kommunikationslösungen

I. freyraum – Die Personen:

Michael Frey

Geschäftsführender Gesellschafter

Langjähriger Anzeigenleiter

Information Week (Zielgruppe Kfm.-Entscheider) und

Network Computing (Zielgruppe techn. Entscheider),

Verkaufsleiter Custom Publishing und Custom Research

Andreas Raum

Geschäftsführender Gesellschafter

Mitgründer der Computer Reseller News (CRN),
langjähriger Chefredakteur der CRN

(Zielgruppe IT-Entscheider im IT-Fachhandel),

Verlagsleiter Redaktion für CRN,

Information Week (Zielgruppe Kfm.-Entscheider),

Network Computing (Zielgruppe techn. Entscheider)

Alexander Glatzeder

Senior Business Development Manager

Langjähriger Key Account Manager

Computer Reseller News,

Langjähriger Verkaufsleiter und Leiter Manufaktur

Frankfurter Allgemeine Zeitung

**Über 45 Jahre Erfahrung in ITK-Marketing und Kommunikation
und somit ein tiefes Verständnis über die gesamte ITK-Wertschöpfungskette!**

II. freyraum – Profil:

freyraum marketing unterstützt Unternehmen der ITK-Industrie bei Strategie, Kommunikation und Marketing. Mit Sitz in München hat sich freyraum marketing auf die Kommunikation entlang der Wertschöpfungskette spezialisiert – vom Hersteller oder Provider über Distribution, Handels- und Dienstleistungsunternehmen bis hin zum gewerblichen Endkunden. Wir sind Ansprechpartner wenn es darum geht, neue Geschäftsfelder zu besetzen, neue Zielgruppen zu erschließen oder Partnernetzwerke aufzubauen und zu betreiben. freyraum marketing konzipiert alle dafür erforderlichen Maßnahmen und setzt sie auch um.

Über fünf Jahre ist freyraum marketing im ITK-Channel fest verankert. Ihre Mitarbeiter gehören seit Jahrzehnten der ITK-Branche an und sind im Markt sehr gut vernetzt. Sie kennen die Unternehmen und ihre Anforderungen aus täglichen Gesprächen mit den Akteuren im Markt, zahlreichen Partnerzufriedenheitsanalysen für namhafte ITK-Anbieter und der direkten Zusammenarbeit im Tagesgeschäft. Mit seinen Analysen und Kommentaren gehört freyraum marketing Geschäftsführer und Channelcaster Andreas Raum in der ITK-Branche zu den Meinungsbildnern.

III. freyraum – Das Leistungsspektrum:

1. Consulting:

- a) Analyse der Unternehmenspositionierung
- b) Analyse der Positionierung in Zielmärkten
- c) Analyse der Positionierung im ITK-Vertriebskanal
- d) Produktpositionierung
- e) Entwicklung von Programmen zur Partner-Rekrutierung
- f) Entwicklung von Fachhandelsprogrammen
- g) Strategien zur Kundenreaktivierung
- h) Konzepte zur Neukundengewinnung
- i) Organisation und Durchführung von Workshops
- j) Optimierung der Fachhandelskommunikation
- k) Kommunikation- und PR-Beratung
- l) Change Management - Prosci Certified Change Practitioner

2. Marktforschung:

- a) Kunden- und Partnerzufriedenheitsanalysen
- b) Channel-Performance-Analysen
- c) Studien zur Markenbekanntheit
- d) Leadqualifizierung / Leadgenerierung
- e) Roundtable (Organisation und Moderation)

3. Content:

- a) Recherche und Erstellen von
 - Fachartikeln
 - Beiträgen für Kundenzeitschriften
 - Online-Beiträgen
- b) Blogging
- c) Entwicklung von Social-Media-Konzepten,
- d) Vorträge / Moderation

4. Veranstaltungen:

- Schulungen und Seminare für Systemhäuser
- Datenschutz-Grundverordnung – Grundlagen und Geschäftschancen
 - Einstieg ins Cloud-Computing Geschäft für Systemhäuser

5. Agenturservice:

- a) Hosting von Marketing-Budgets
- b) Steuerung von Marketing-Agenturen
- c) Konzeption und Umsetzung von Marketing Kampagnen
- d) Planung und Schaltung von Medialeistung

IV. freyraum - Cases:

Workshop für die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK):

Workshop A:

Veränderungen in der ITK-Distribution:
Zwischen Cloud Computing und Managed Services -
Auswirkungen des veränderten IT-Geschäfts auf die
Tätigkeit der GfK

Workshop B:

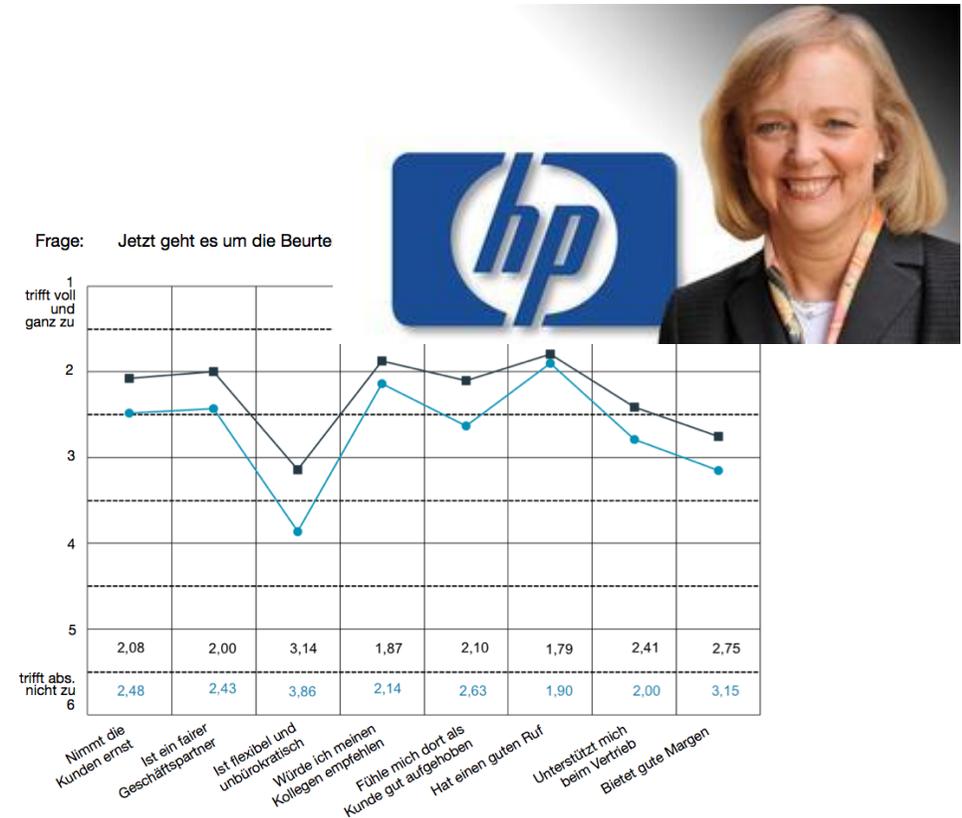
Dienstleistungsbarometer:
Wie die GfK den Veränderungen des
Systemhausgeschäfts Rechnung trägt



IV. freyraum - Cases:

Marktforschung für Hewlett-Packard:

- Analyse des bestehenden Partner-Programms
- Partnerzufriedenheitsanalyse
- Ausarbeitung der Partner-Bedürfnisse
- Vergleich mit bestehenden Partner-Programmen anderer Hersteller
- Abbildung und Analyse der Unter-Zielgruppen („Nörgler-Analyse“)
- Erstellung eines Executive-Summaries
- Übersetzung der Ergebnisse
- Ergebnis-Präsentation und Handlungsempfehlung



IV. freyraum – Cases:

Social-Media-Projekte:

Raums Channel Lounge

Blogbeiträge zur redaktionellen Anreicherung der DCI Produktmailings. Marktbeobachtungen, Einschätzungen und Kommentare zu Handlungen und Veränderungen im und in den ITK-Markt

Zielgruppe:

Entscheider im ITK-Channel

Vertriebswege:

1. DCI Produkt News

Auflage: 15.000 Empfänger

Frequenz: mehrmals wöchentlich

2. DCI-INFORMER

Auflage: 20.000

Frequenz: wöchentlich freitags



IV. freyraum – Cases:

Entwicklung und Realisierung von Verlagsbeilagen:

Inhaltliche Verantwortung für ITK-Verlagsbeilagen in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sowie der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung

a) Entwicklung der Themen-Schwerpunkte:
Technologie-Themen wie z. B. Cloud Computing, Output Management, Mobile Solutions, Technologie Trends, etc.

b) Inhalte:
Recherche, führen von Interviews und Erstellung der redaktionellen Texte

c) Zielgruppen und Verbreitung:
Zielgruppe:
Unternehmens-Entscheider (B2B) und meinungsbildende Bevölkerungsgruppen
Titel:
FAZ.net sowie der Gesamt-Auflage der Frankfurter Allgemeinen Zeitung bzw. Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung



IV. freyraum - Cases:

Einstieg ins Cloud-Computing Geschäft für Systemhäuser:

Format

Ganztages-Workshop (ca. acht Stunden) 9 – 18 Uhr

Zielgruppe

Inhaber, Geschäftsführer, Vertriebsleiter und technische Leiter
mittelständischer Systemhäuser

Zielsetzung

- Grundlegendes Verständnis für den aktuellen Wandel im Systemhausgeschäft.
- Grundlegendes Verständnis der Veränderungen, die sich für das Systemhausgeschäft durch Cloud-Computing ergeben: für das Geschäftsmodell, für die Unternehmensführung, für den Vertrieb, für die Technik.
- Verständnis der Grundlagen des Cloud-Computing.
- Informierte Einschätzung, ob der Einstieg ins Cloud-Computing für das eigene Unternehmen sinnvoll, wünschenswert und machbar ist.
- Verständnis der Angebote und Dienstleistungen rund um Cloud-Computing anhand praktischer Beispiele aus dem Systemhausgeschäft.
- Kennenlernen der wichtigsten Anbieter und Anbieterkonstellationen und deren Angebote im Cloud-Computing Business.

Referenten

Michael Döderlein

Andreas Raum

IV. freyraum - Cases:

Datenschutz-Grundverordnung - Grundlagen und Geschäftschancen:

Format

Halbtages-Workshop-Veranstaltung (ca. fünf Stunden) 9 – 14 Uhr

Zielgruppe

Geschäftsführer und Inhaber mittelständischer Systemhäuser

Zielsetzung

- Grundlegendes Verständnis der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO).
- Grundlagen zum Entstehungsprozess gesetzlicher Regelungen und deren Auswirkungen (Darum ist es wichtig, jetzt zu handeln, obwohl vieles noch schwammig ist).
- Informierte Einschätzung, ob Dienstleistungen und Beratung rund um die Datenschutz-Grundverordnung ein interessantes Geschäftsfeld sein können.
- Erste Schritte in Richtung Aufbau eines Dienstleistungs- bzw. Beratungsgeschäfts rund um die Datenschutz-Grundverordnung.
- Teilnehmer können mit ihren Kunden nach der Veranstaltung sofort in informierte Sondierungsgespräche zum Thema Datenschutz-Grundverordnung einsteigen.

Referenten

RA Dr. Michael Karger

Andreas Raum

IV. freyraum - Cases:

Agenturservice:

- Treuhänderische Verwaltung (Hosting) von Marketing-Budgets
- Redaktionelle Erstellung inkl. Layout, Versand und Reporting dedizierter Mailing-Aktionen
- Inhaltliche Überarbeitung und Lokalisierung von Web-Auftritten
- Entwicklung und Umsetzung crossmedialer Storytelling-Kampagnen
- Erstellung und Umsetzung von strategischen PR-Plänen
- Beratung, Planung und Buchung von Medialeistung
- Gestaltung und Umsetzung von Werbebannern

V. freyraum - Ihre Vorteile:

Warum freyraum?

Unsere Kunden schätzen in der Zusammenarbeit mit der freyraum marketing GmbH

- ✓ das Verständnis der Geschäftsmodelle und –prozesse
- ✓ die inhaltlich und vertriebsorientierte Herangehensweise
- ✓ das tiefe Zielgruppen-Verständnis im ITK-Channel sowie für die Anforderungen der B2B-Endkunden
- ✓ die ausgeprägte journalistische Erfahrung
- ✓ die ganzheitliche Sicht des Marketings im Zusammenspiel der einzelnen Unternehmensabteilungen
- ✓ den Blick auf die Durchgängigkeit der Prozesse hinter jeder Marketing-/Kommunikations-Aktion über den Call to Action hinaus
- ✓ die hervorragende Vernetzung in der Branche und in die Zielgruppen

VI. freyraum - Kontakt:



Andreas Raum

+49 89 / 45 43 9 857

+49 176 / 61 65 34 47

andreas.raum@freyraum-marketing.de



Alexander Glatzeder

+49 89 / 45 43 9 858

+49 176 / 24 47 18 51

alexander.glatzeder@freyraum-marketing.de



Michael Frey

+49 89 / 45 43 9 856

+49 176 / 61 64 25 70

michael.frey@freyraum-marketing.de