

Herzlich willkommen!

Regiomeeting September 2016
7.9.2016 – 20.9.2016

Programm

Resultate Umfrage
2016

Wettbewerbsdruck
in der
Temporärbranche

Web Analytics



Mitgliederumfrage 2016

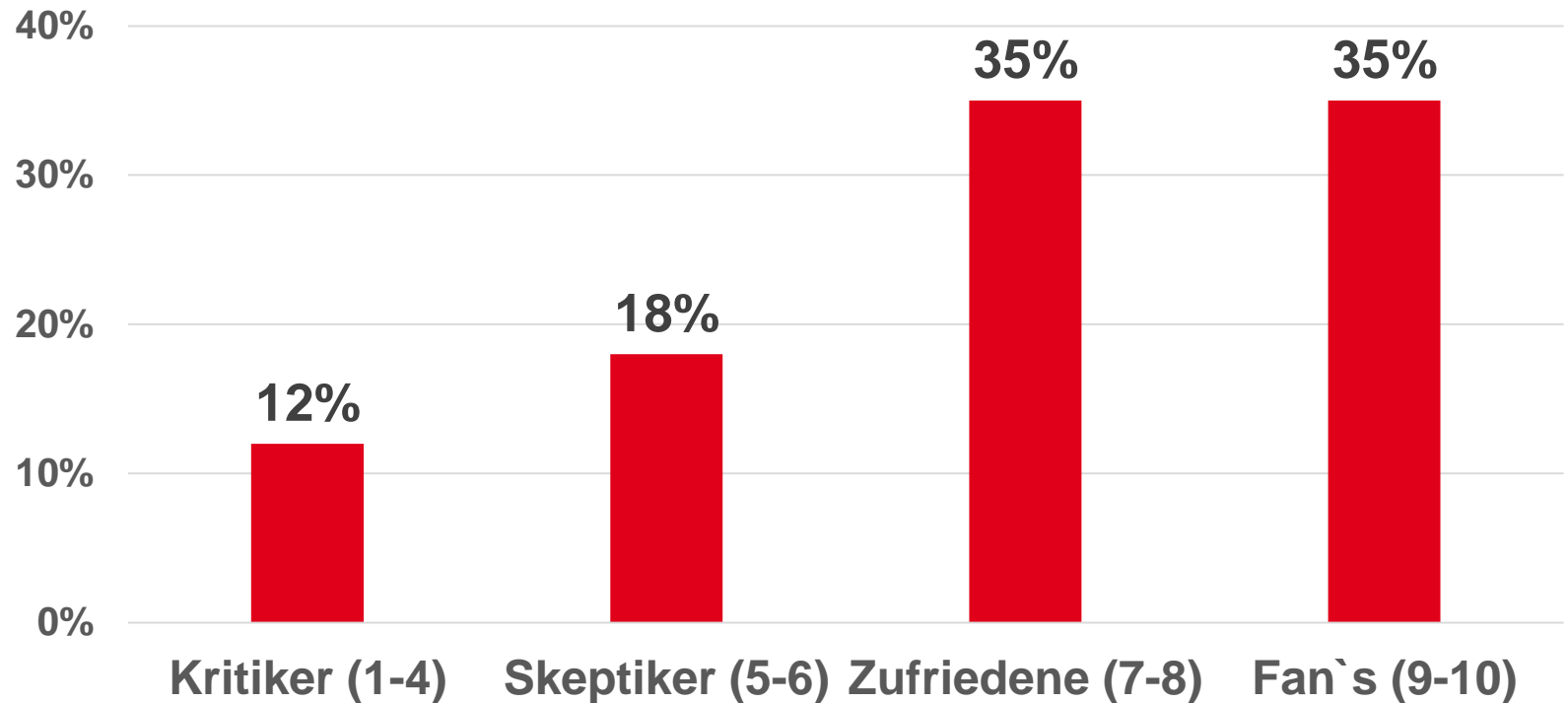
Zentrale Ergebnisse
Myra Fischer-Rosinger

Gesamtzufriedenheit

- Rücklauf
 - 269 Antworten aus Mitgliedsfirmen, davon:
 - 177 Antworten von CEOs
 - 79 Antworten von Nicht-Mitgliedern (70 CEO)
- Weiterempfehlungsrate / Beitrittswahrscheinlichkeit (Skala: 1 bis 10)

	Total	DE-Schweiz	Westschweiz
Mitglieder	7,3	7,1	7,6
Nicht-Mitgl.	3,4	3,5	2,9

Mitgliederzufriedenheit



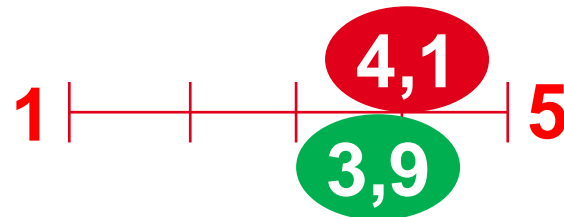
Dienstleistungen

temptraining
Rechtsdienst
GAV

Wichtigkeit / Qualität



SQS-Label
AK
PK
KTG



Weiterbildung
Jobplattform



Kommunikation

Infomaterial
swisstemptrend
Newsletter
Studien
Webseite

RegioMeeting
GV
staffingday

Erreichbarkeit

Wichtigkeit / Qualität



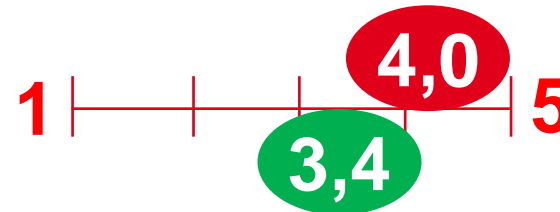
Interessensvertretung

Lobbying

Wichtigkeit / Qualität



Medienarbeit

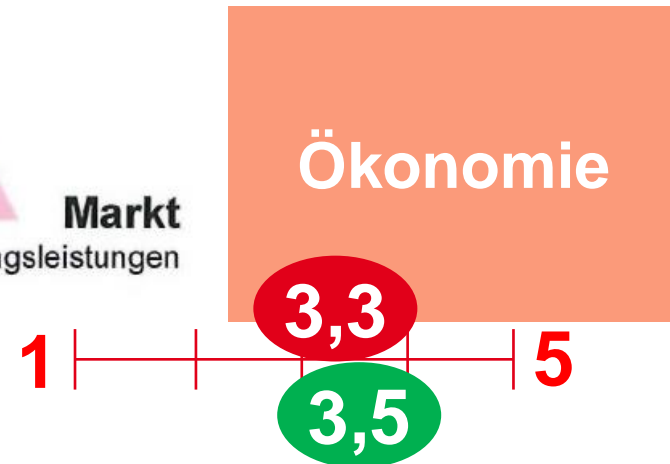


Die Bedürfnisstruktur der Mitglieder

Ordnung
Information
Vertretung



Identität
Austausch
Macht



Grössenunterschiede

- Keine Unterschiede nach Mitgliedsgrösse

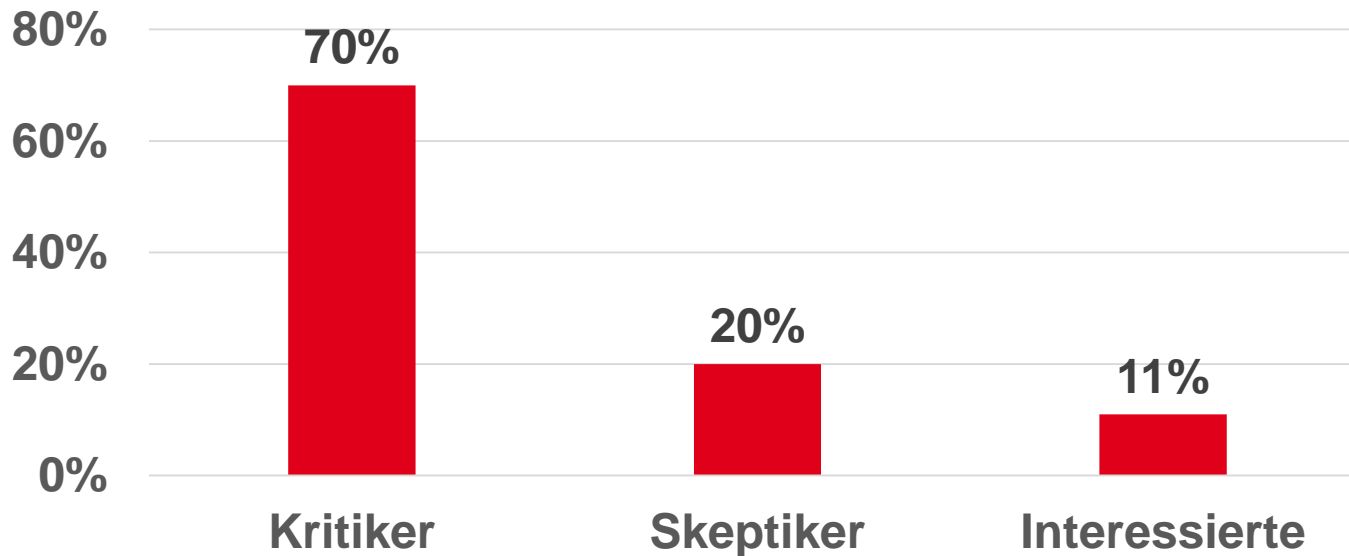
	Total	1-3 Filialen	4+ Filialen
Zufriedenheit	7,3	7,2	7,3
GAV	4,0	4,1	4,0
Information	3,9	4,0	3,8
Einfluss	3,1	3,1	3,1

Röstigraben bei Bedürfnissen?

- Weiche Faktoren & Verbandsorientierung sind in der Westschweiz wichtiger

	Total	DE-Schweiz	Westschweiz
Geselligkeit	3,3	3,1	3,7
Anerkennung	2,8	2,3	3,6
Existenz	3,5	3,3	3,8

Beitrittschancen

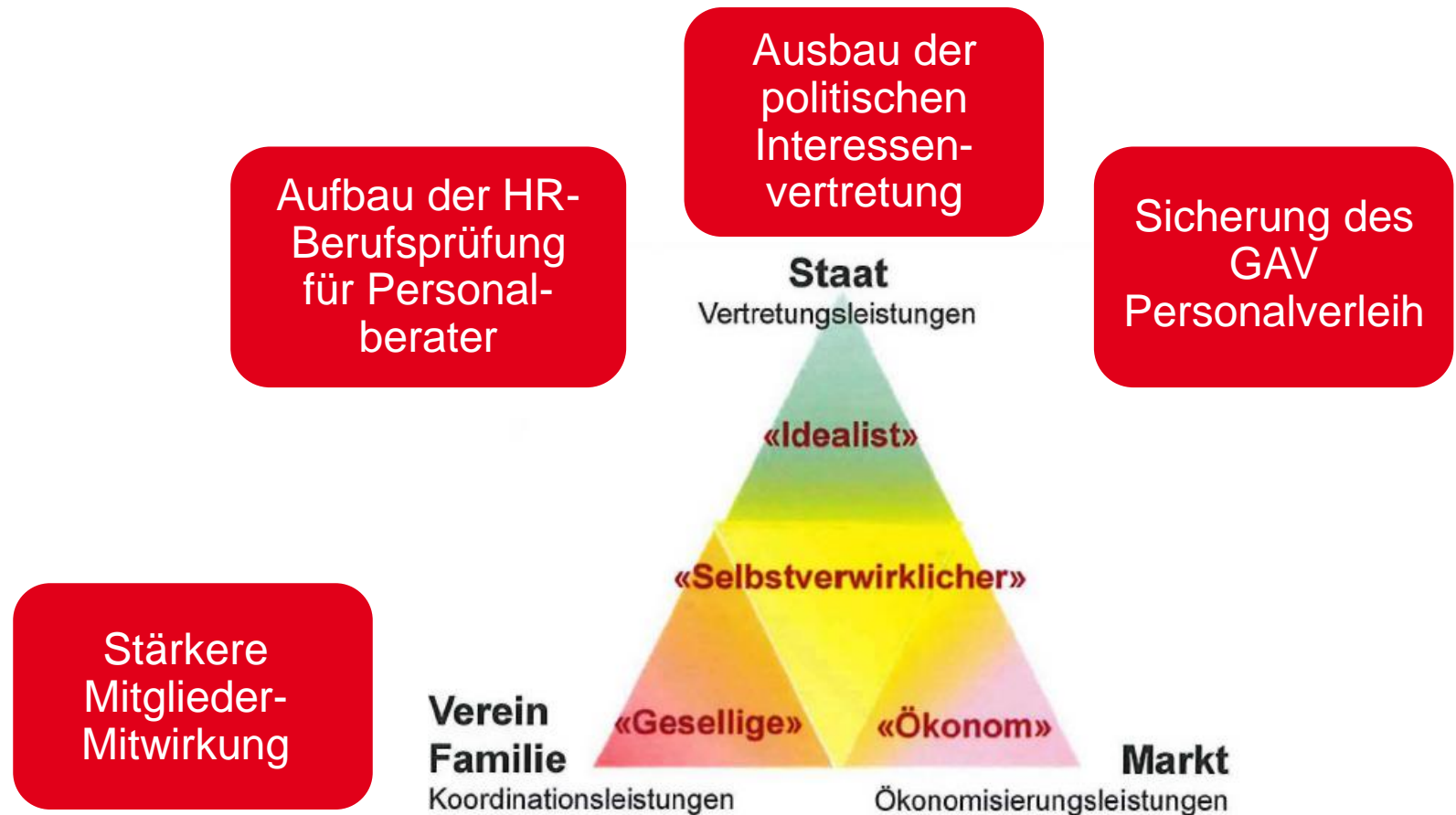


- Wer sind die Nicht-Mitglieder?
 - Trittbrettfahrer & Interessierte
 - GAV-Unzufriedene & GAV-Gegner

Kernbotschaften der Befragung

- GAV, Brancheninformationen & SQS-Label sind die Standbeine von swissstaffing
- Vergünstigte Verbandsdienstleistungen sind weniger wichtig & stehen in Konkurrenz
- Die Mitwirkungsmöglichkeiten
 - werden unterdurchschnittlich bewertet
 - haben Einfluss auf die Zufriedenheit
- Lobbying & Medienarbeit sind wichtig

Befragung & die Strategie des Vorstands 2016-2019



Handlungsempfehlungen

- Standbeine erhalten & sichern
 - harte & gute GAV-Verhandlungen führen
 - Klare Kommunikation & korrekte Information
 - Aktivitäten ausdehnen
 - Mitgliedermitwirkung ausbauen
 - Lobbying & Medienarbeit stärken (Public Affairs) & Erfolge besser kommunizieren
- Umsetzung der Strategie 2016-2019

Weiteres Vorgehen

- Kommunikation der Ergebnisse
 - RegioMeeting
 - Newsletter
 - Information an die externen Partner im Dienstleistungsbereich
- Wiederholung der Umfrage in 3 Jahren

Fragen?



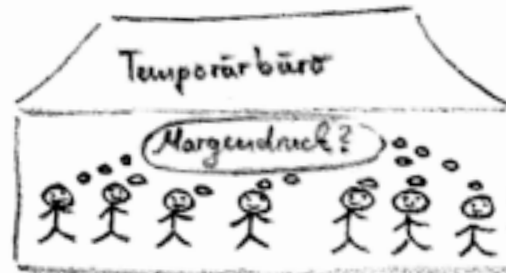
Wettbewerbsdruck in der Temporärbranche

Dr. Marius Osterfeld

Worüber ich reden möchte...

- Was treibt den Wettbewerb in unserer Branche?
- Wie kann ich vor der Konkurrenz «fliehen»?
- Neue Geschäftsideen entwickeln und testen

Wettbewerbsfaktoren in der Temporärbranche



Botschaft I

- starker Wettbewerb in der Branche
 - viele Mitbewerber
 - starke Verhandlungspartner
 - Ausweichmöglichkeiten
- Wie kann ich vor dem Wettbewerb fliehen?

Das Innovationstrapez

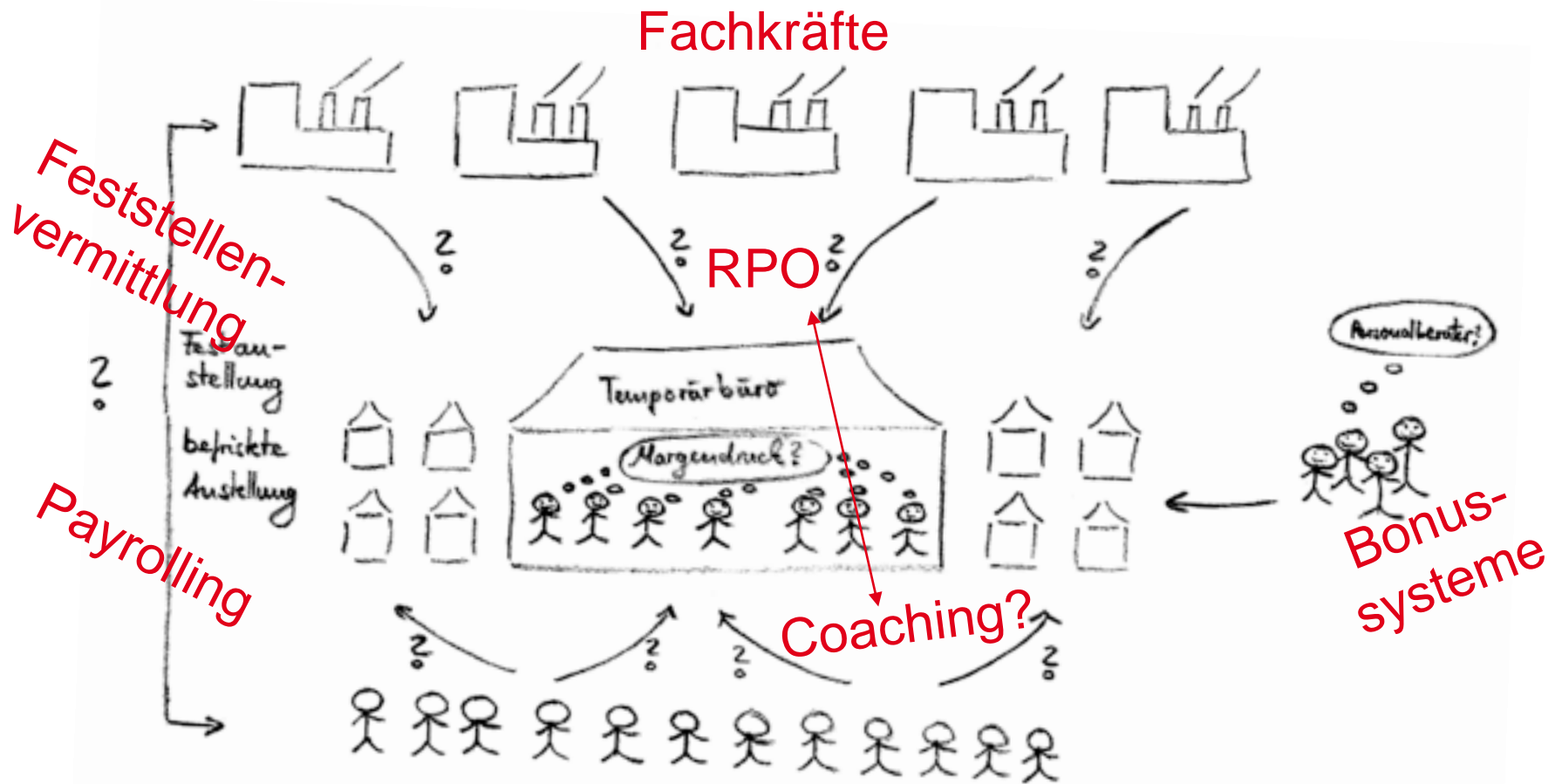
- Innovation für ein Monopol auf Zeit



Botschaft II

- es gibt drei Arten von Innovationen
 - Preissetzung
 - Qualitätsverbesserungen
 - Erschliessung neuer Märkte
- Innovation: ein Monopol auf Zeit
- Temporärbranche ohne Patentrecht
 - Marktbeobachtung ist entscheidend

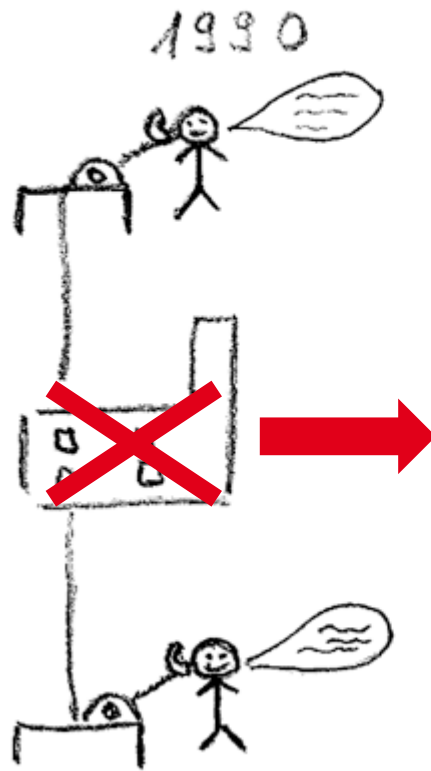
Geschäftsideen entwickeln & testen



Botschaft III

- erfolgreiche Geschäftsideen
 - erfüllen zentrale Kundenbedürfnisse,
 - schliessen Lücken am Markt oder
 - eröffnen neue Märkte
- Erfolg zahlreicher Geschäftsideen zeigt sich im Bild der Marktstruktur

Der Telekommunikationsmarkt



Fazit

- Innovation ist der Motor unserer Branche
 - Ist das Gesagte Neu? Nein, beschreibend.
 - Rahmen zur Strukturierung ihrer Ideen

Fragen und Diskussionen



Web Analytics

Online Marketing Factory
Tomislav Todorovic



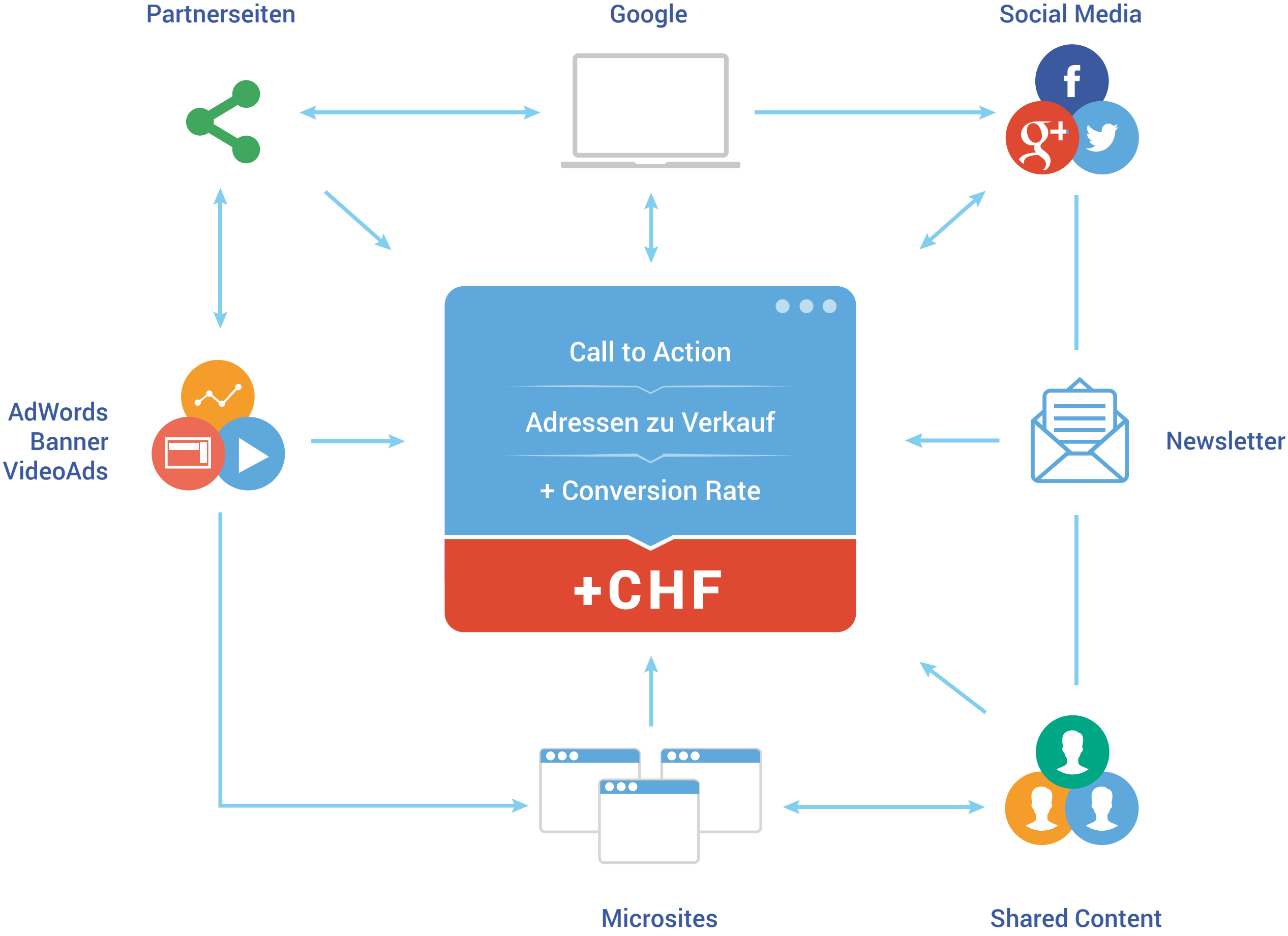
ONLINE MARKETING FACTORY

– Web-Analytics –

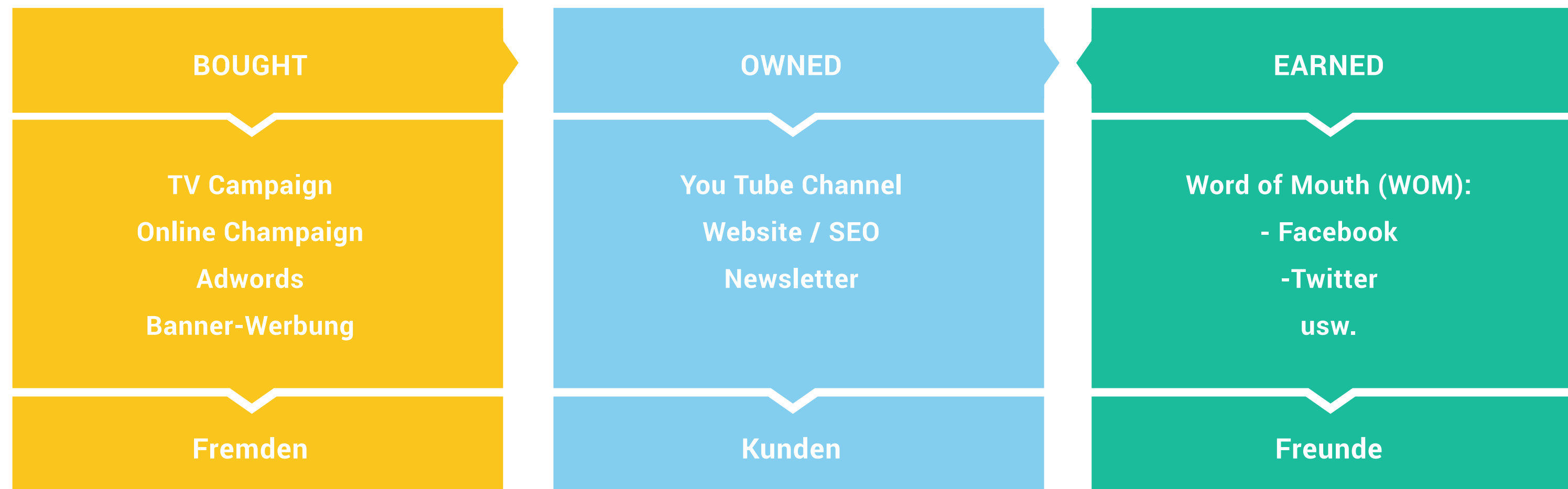
Web Analytics



Integrative Kommunikation



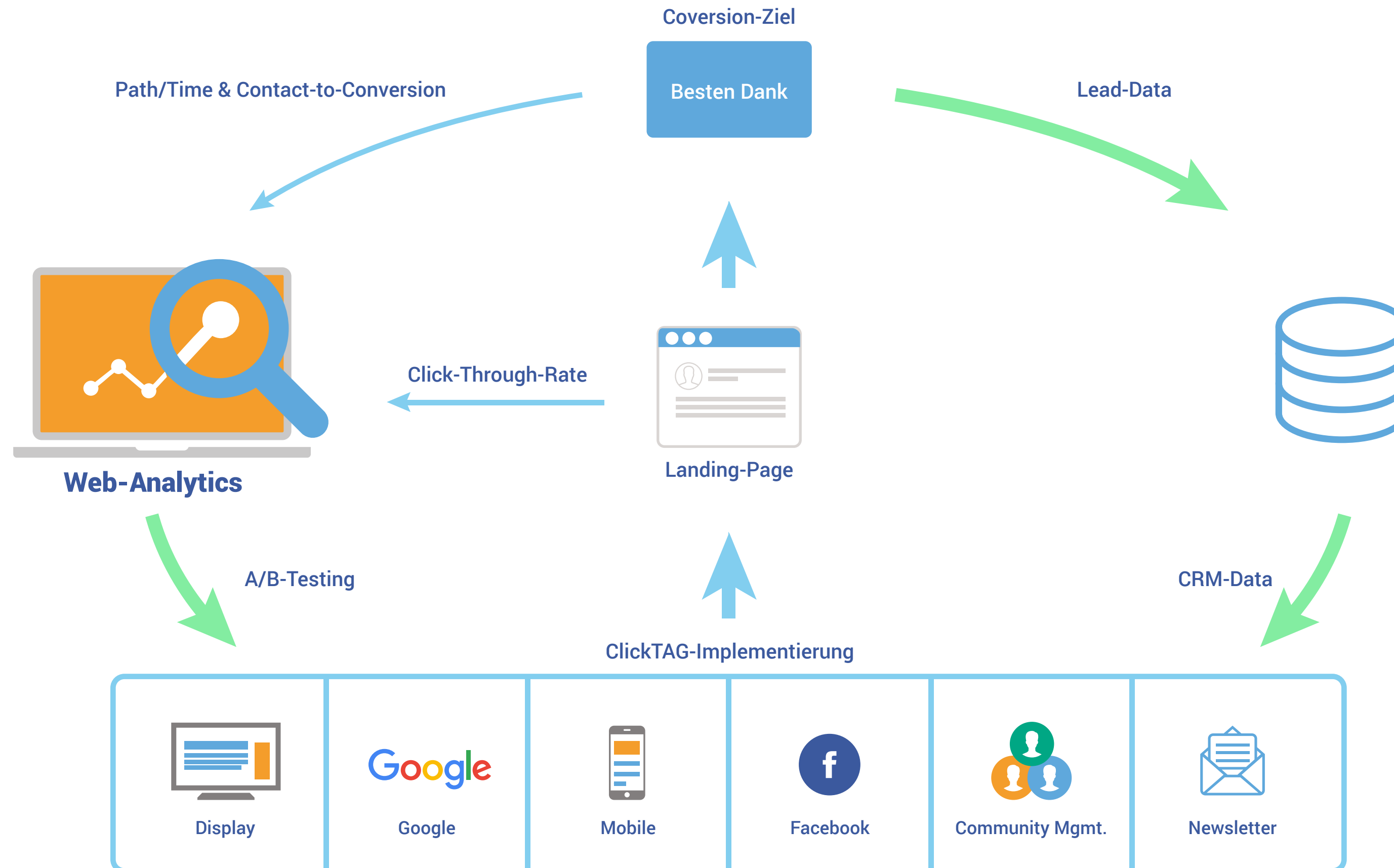
BOE-System



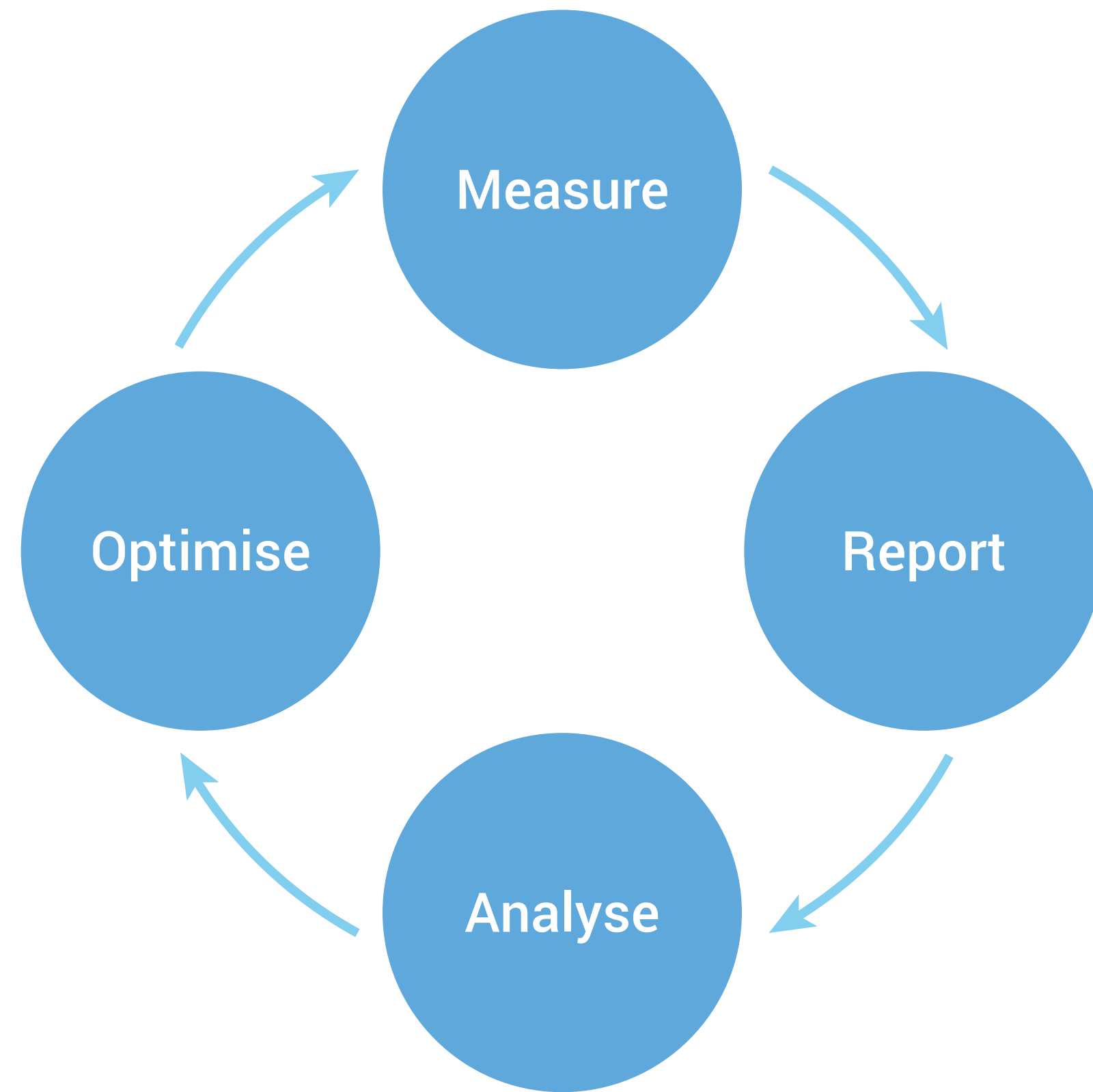
Visit

Conversion

Basket Value



Web-Analytics-Kreislauf



Web-Analyse

Web Analytics als Marketinginstrument.

Web Controlling ist DIE Stärke des Online Marketings schlechthin.

Optimierungen und Usability-Monitoring für mehr Erfolg.

Analytics \neq Reporting

Analytics › Aufdeckung von Möglichkeiten und Problemquellen Untersuchend und analytisch = **Wie und warum?**

Reporting › Ein Teil von Analytics = **Was und wieviel?**

Fazit

Nicht nur eine Sammlung und Auswertung des Verhaltens von Besucher auf Webseiten. Zur Optimierung von Webseiten und zur besseren Erreichung von Zielen

Web-Analyse-Systeme kostenpflichtig


- Adobe Marketing Suite
- AT-Internet
- comScore
- Econda
- Etracker
- IBM Marketing Center
- Mindlab
- Odoscope
- Webtrekk
- Webtrends
- etc

Web-Analyse-Systeme kostenlos, aber nicht umsonst

- Google Analytics
- PIWIK
- eAnalytics
- Open Web Analytics
- etc

Web-Analyse-Systeme im Vergleich

☆ Super Trumpf



Google Analytics

Kosten:	- / Premium \$
Daten:	Eigene
Nutzung:	Kostenlos Nr.1
Datenschutz:	Google Richtlinien
Zusatz:	Verknüpfung mit allen Google Tools

VS.

☆ Super Trumpf



Adobe Marketing Cloud

Kosten:	\$\$\$
Daten:	Eigene und weitere
Nutzung:	Kostenpflichtig Nr.1
Datenschutz:	Vertraglich gesichert
Zusatz:	Eigene Tools "Marketing Cloud"


```
<script type="text/javascript">
var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-657512-1']);
_gaq.push(['_setDomainName', 'inm.ch']);
_gaq.push(['_trackPageview']);
(function() {
var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
})();
</script>

<script type="text/javascript">
var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-657512-1']);
_gaq.push(['_setDomainName', 'inm.ch']);
_gaq.push(['_trackPageview']);
(function() {
var ga = document.createElement('scr:
ga.src = ('https:' == document.locat:
var s = document.getElementsByTagName

})();
</script>
```

Google Analytics Swissstaffing



<https://analytics.google.com/analytics/web/?hl=de&pli=1#report/visitors-overview/a34585722w62152495p63717314/>

Web-Analytics in Real Life



<https://youtu.be/3Sk7cOqB9Dk>

Vielen Dank!

ONLINE MARKETING FACTORY

Tomislav Todorovic

Geschäftsführer / Online Marketing Experte

Quellenstrasse 37
CH-4310 Rheinfelden

+41 (061) 551 02 10
info@onlinemarketingfactory.ch
www.onlinemarketingfactory.ch
 @OMFactoryCH