



Daten im Investor Relations

Von der Customer Journey zur Investor Journey



26.01.2022

Team



Christian Bacherl

Gründer und Managing Partner

Mehr als 20 Jahre Erfahrung im Investment Banking. Verantwortliche Positionen in Capital Markets, Corporate Brokerage, Corporate Access und Equity Research.



Maria Töpfer

Gründerin und Managing Partner

Mehr als 5 Jahre Erfahrung im Investment Banking. Positionen in Equity Capital Markets, Corporate Brokerage und Corporate Access. Davor Stationen bei Big4 WP-Gesellschaften und DAX-Unternehmen.



Dr. Volker Stümpflen

Partner Data Science und AI

Mehr als 20 Jahre Erfahrung in Big Data und AI im ITK Umfeld, der Biomedizin und Fintech.

Inhalte des Webinars

In times of change the greatest danger is to act with yesterday's logic.

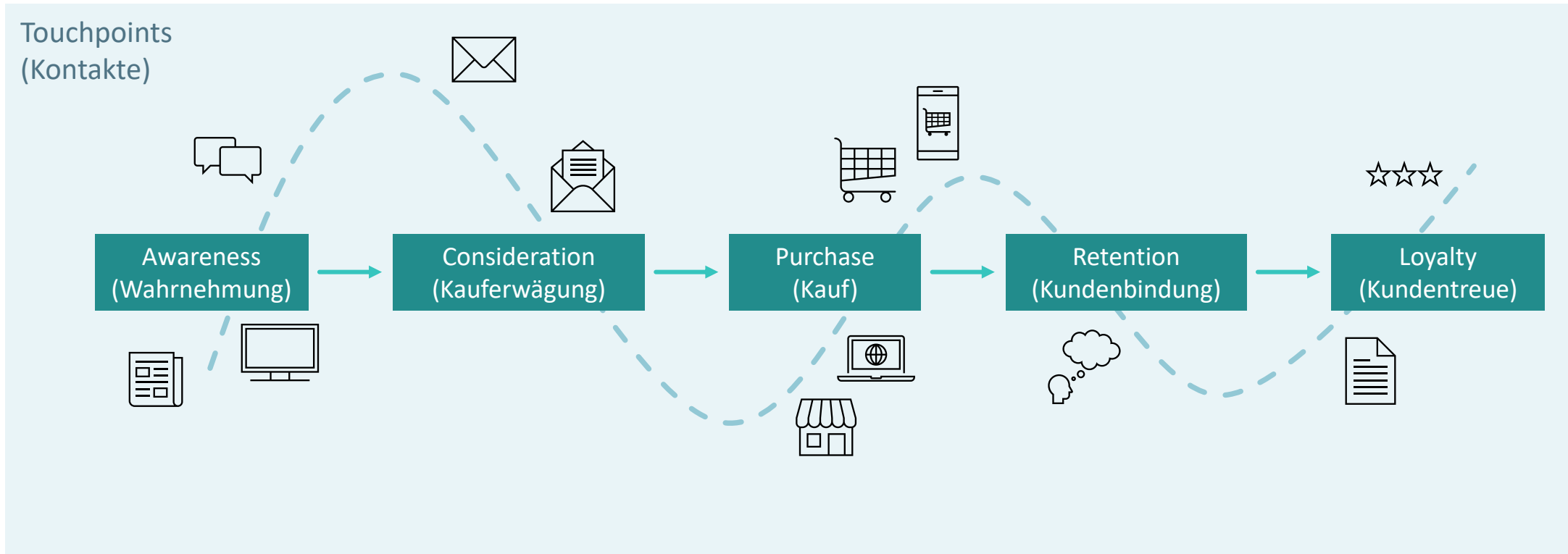
(Peter Drucker)

- Die Customer Journey im Marketing
- Die B2B Customer Journey im Investor Relations
- **Reach:** Identifikation, Priorisierung, Segmentierung, Personalisierung, Ansprache
- **Act:** Feedback, Frequenz, Touch Points, Anfangsinvestment
- **Convert:** Updates, Aufbau der Position, Monitoring/Sell-Down Prevention
- **Engage:** Pflege, Weiterentwicklung

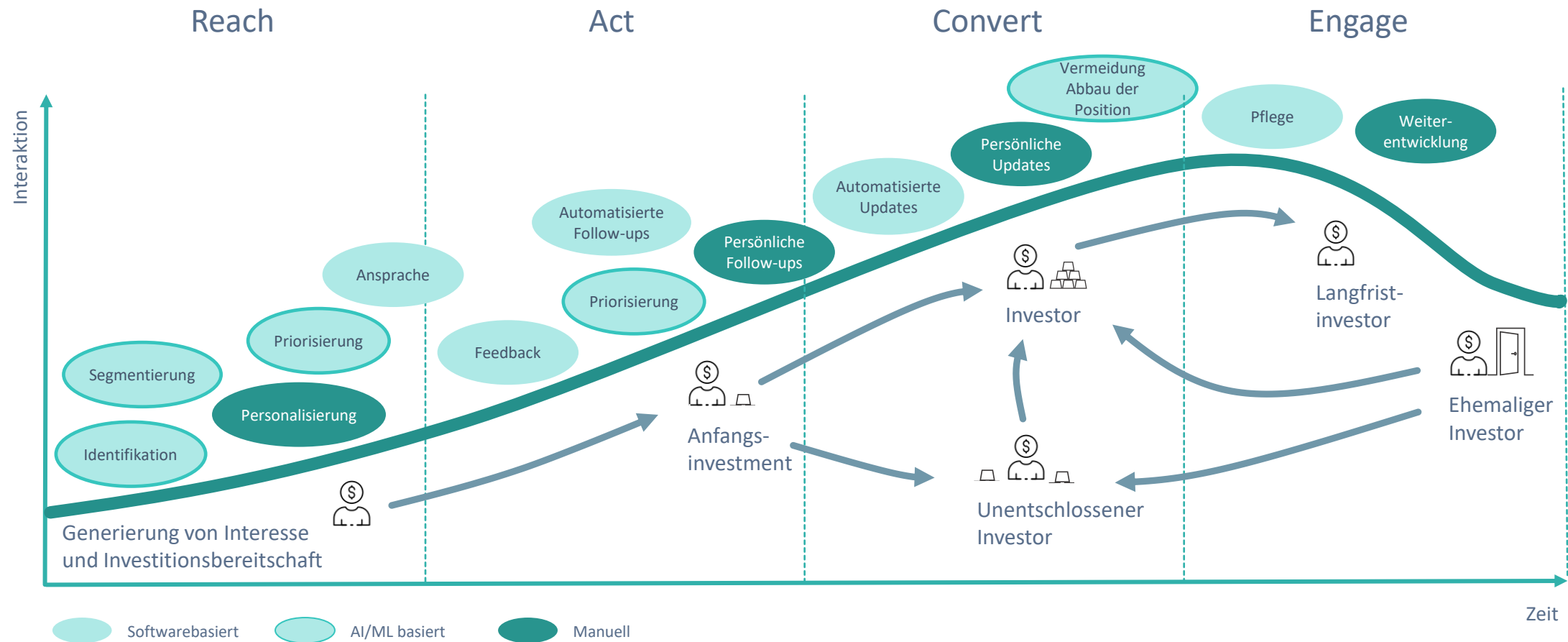
Touchpoints

Starten wir passend zum Thema mit einer kurzen
Datenerhebung

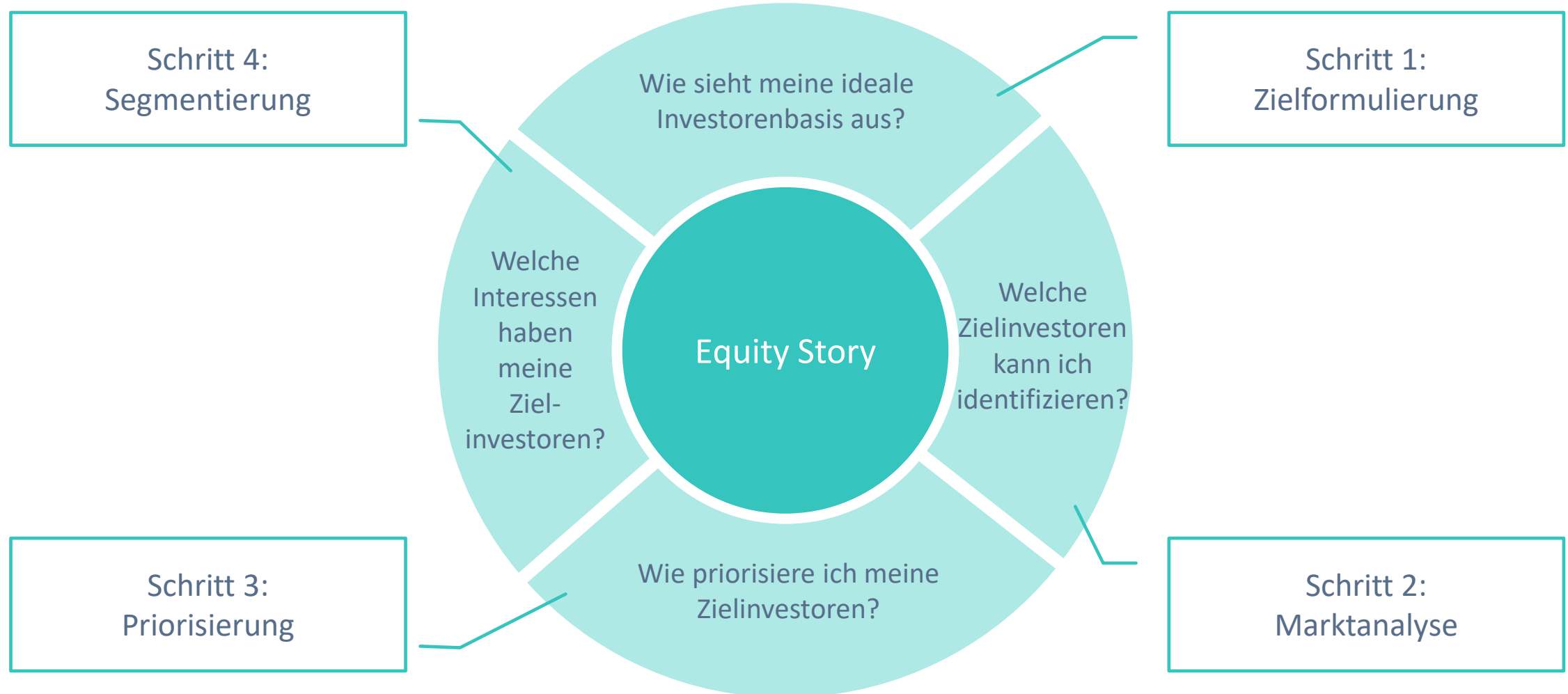
Die “Reise des Kunden” (Customer Journey) im klassischen B2C Marketing



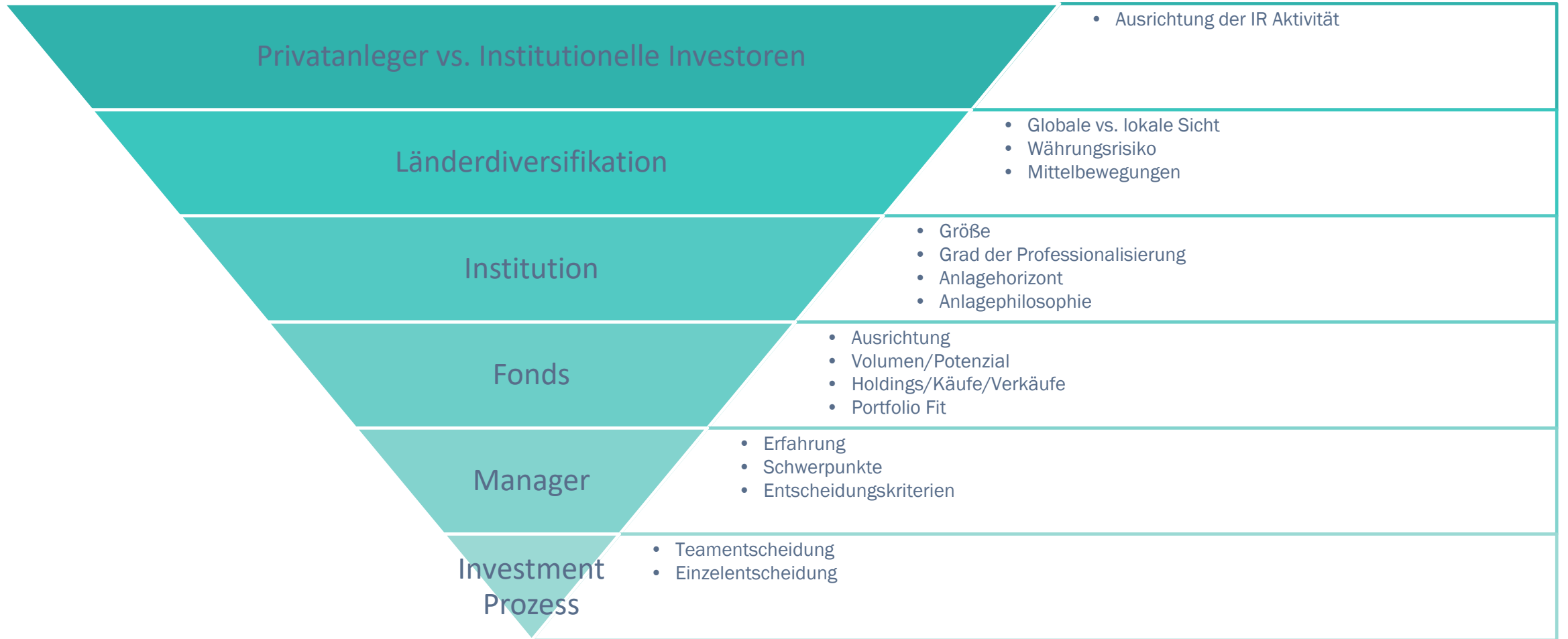
B2B Customer Journey im IR Kontext



Reach: Erleichterung des Investor Targeting durch Definition der Ziele



Reach: Entscheidung über die Allokation der Ressourcen



Reach: Einteilung der Investoren in Segmente zur vereinfachten Ansprache

Segmentierungskriterien

Rahmenbedingungen

Operative
Rahmenbedingungen

Anlageprozess

Personen

Situative Merkmale

Investorentyp
Größe der Fonds
Standort

Investmentphilosophie
Investmentprozess
Know-how der
Entscheider

Anlagehorizont
Formale Kriterien

Risikobereitschaft
Rollen und Befugnisse
Persönlicher Fit

Kapitalmarktverfassung
Mittelbewegungen

Reach: Generierung und Optimierung der Touch Points

Anbahnung

Organisation der Ansprache

Broker

Unabhängiger
Intermediär

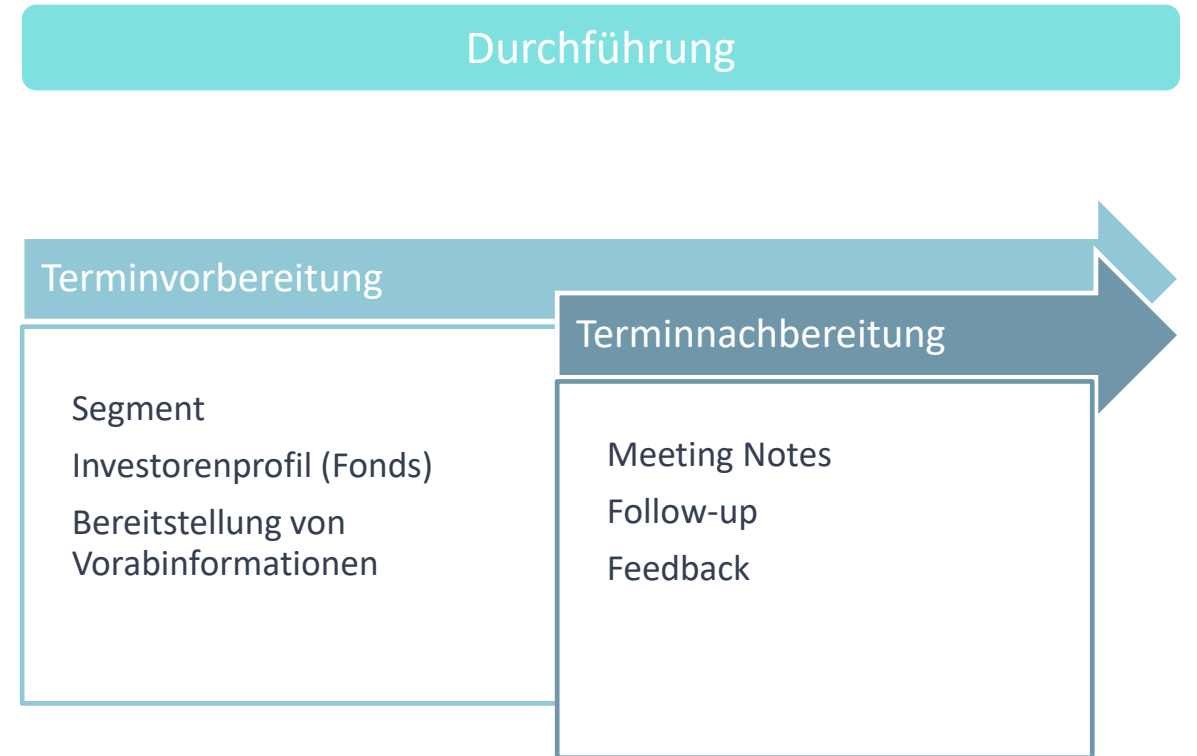
Konferenz

Personalisierte
direkte Ansprache

Direct Access Tool

Soziale Netzwerke

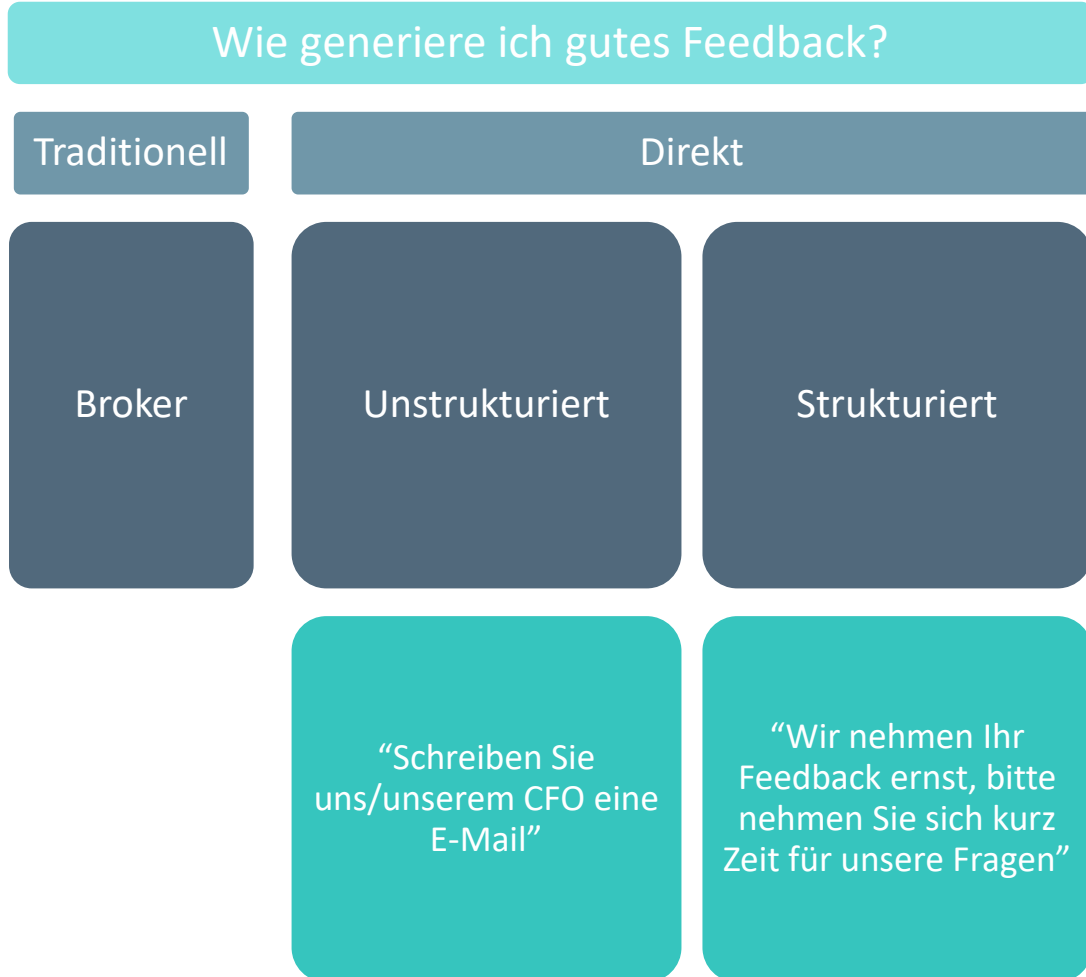
Reach: Generierung und Optimierung der Touch Points



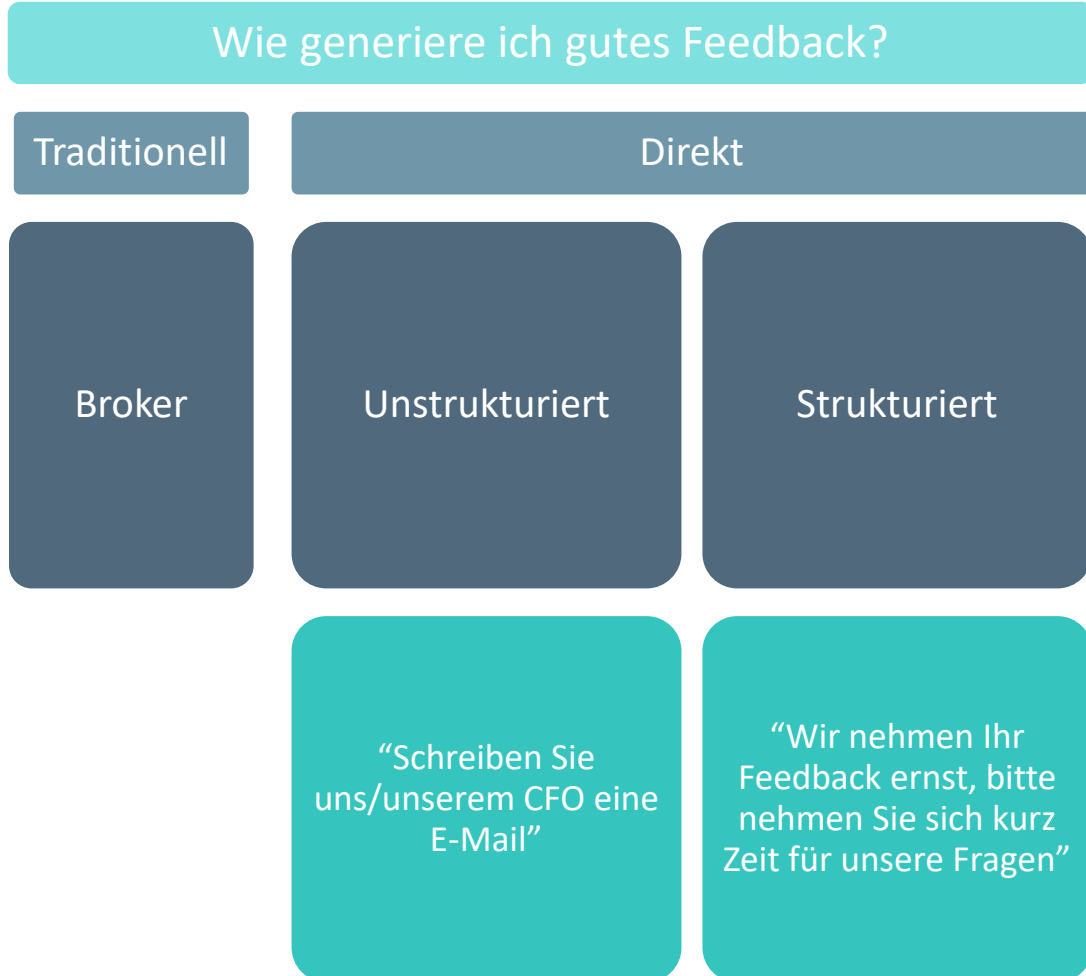
Investor Feedback

Hier interessiert uns Ihre Meinung

Act: Feedback als beste Möglichkeit zur Erfassung proprietärer Daten



Act: Feedback als beste Möglichkeit zur Erfassung proprietärer Daten



We appreciate your feedback. It helps us to improve.

1. Have we answered all your questions to your satisfaction?

☒ Yes
☐ No

2. In our next meeting would you like us to spend more time on

☒ Customer Engagement
☐ Segment Reporting
☒ ESG Reporting

3. If ESG is an essential part of your investment process, what is your key source of information?

☐ We have developed our own set of KPIs
☒ We are mostly relying on company information
☒ We favour SASB reporting standards
☐ We rely on external ESG rating agencies

4. Would you share with us which ESG rating agencies you prefer?

5. On a scale from 0 to 10, how likely are you to recommend investing in us to a colleague or your peers?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 **9** 10
Very Low Very High

6. How can we improve your score?

Convert: Verständnis des Sentiments zur weiteren Priorisierung

Generieren Sie verwertbares Feedback

Aufzeigen von Verbesserungspotenzialen

Setzen neuer Ziele

Möglichkeit der Priorisierung

Ermittlung eines Stimmungsbarometers

Beispiel: Net Promoter Score®

Convert: Verständnis des Sentiments zur weiteren Priorisierung

Generieren Sie verwertbares Feedback

Aufzeigen von Verbesserungspotenzialen

Setzen neuer Ziele

Möglichkeit der Priorisierung

Ermittlung eines Stimmungsbarometers

Beispiel: Net Promoter Score®

Wer sind meine
Detraktoren?

Wer sind meine
Promotoren?

Welche Gründe
treiben die jeweilige
Bewertung?

Fragen an die Promotoren

Wen sollte ich in Ihrer
Organisation noch sprechen?

Können Sie mich
weiterempfehlen?

Net Promoter Score®

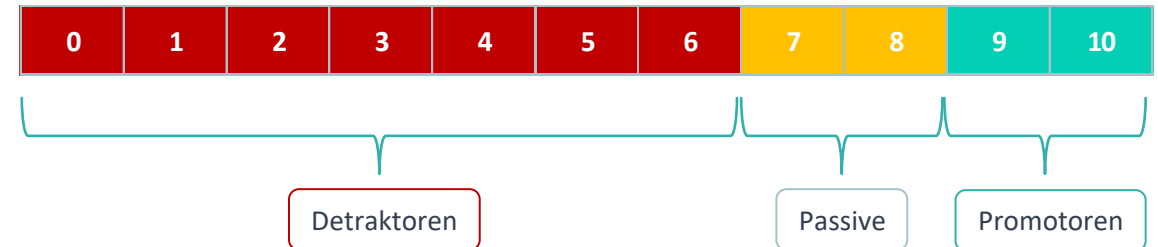
5. On a scale from 0 to 10, how likely are you to recommend investing in us to a colleague or your peers?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Very Low Very High

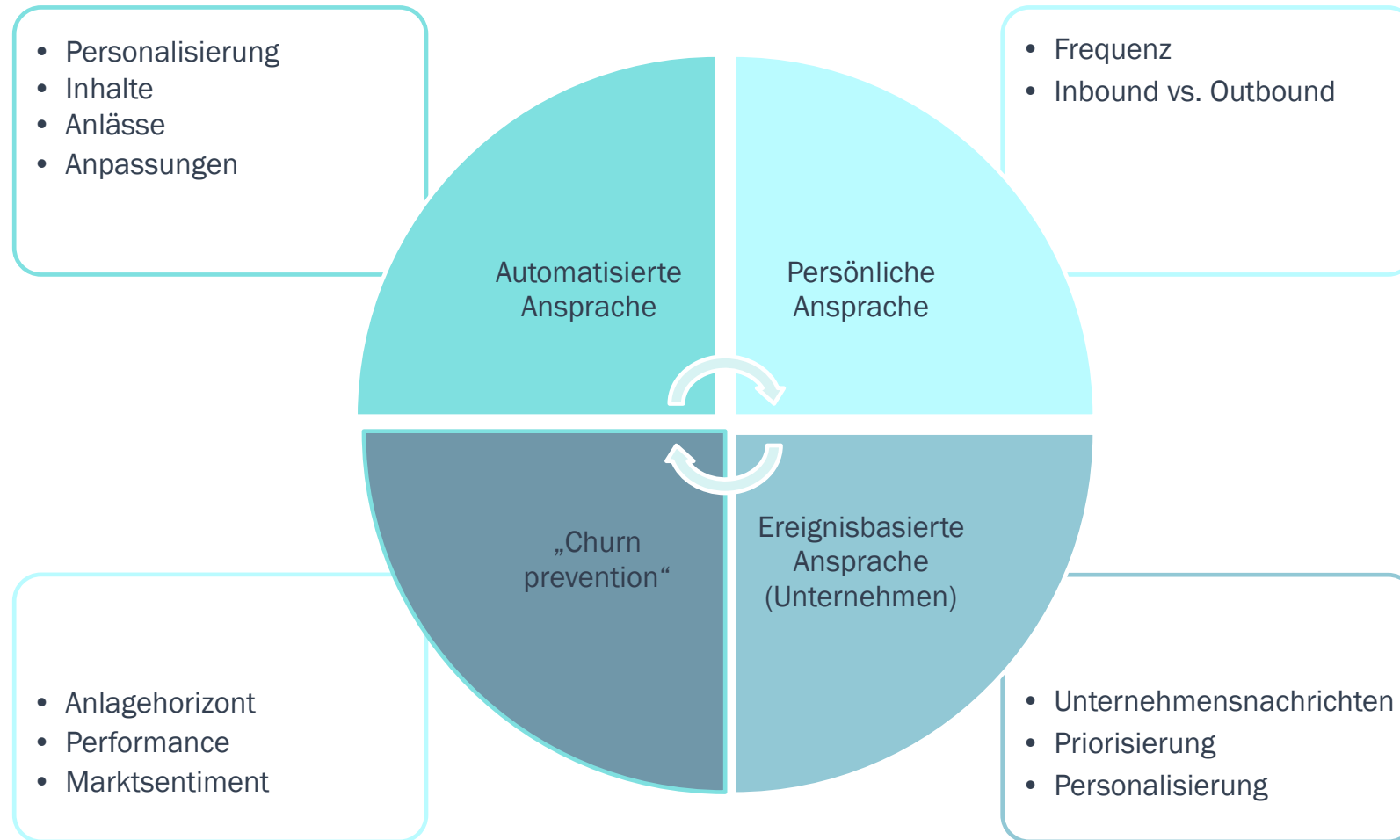
6. How can we improve your score?

Adopt ESG reporting according to SASB standard



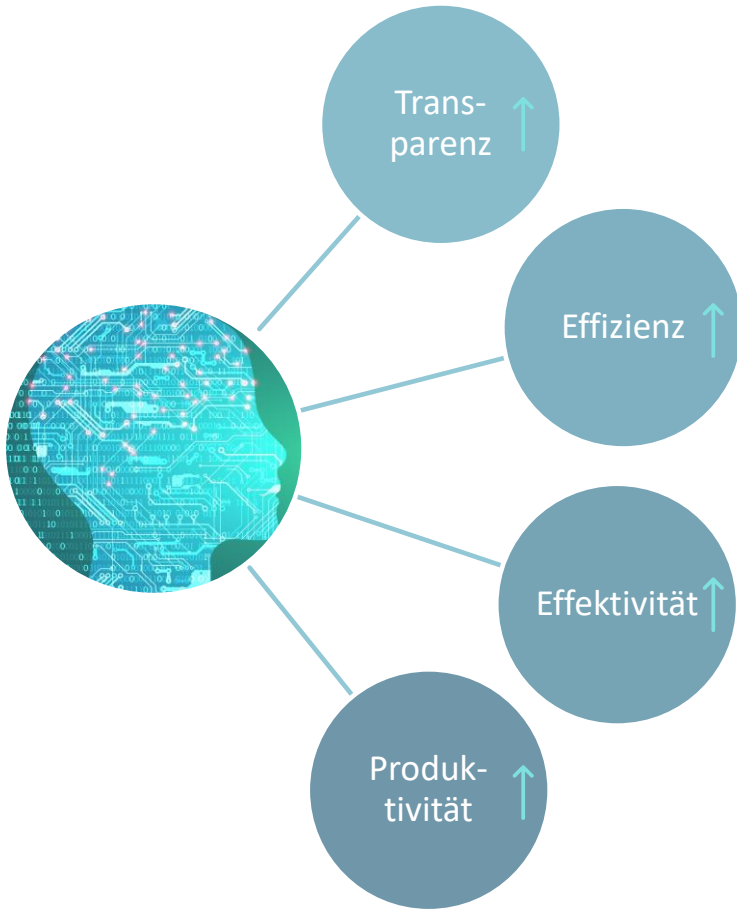
Net Promoter Score = % Promotoren - % Detraktoren

Engage: Optimierung der Investorenpflege



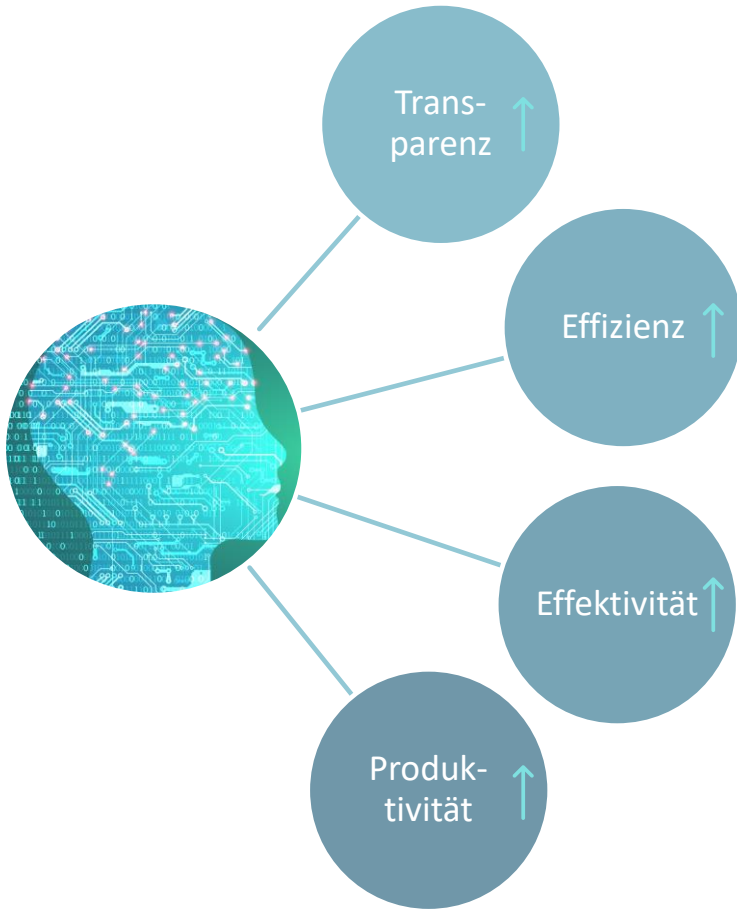
Zusammenfassung: Datengetriebenes “Shareholder Engagement”

„Work smarter not harder“

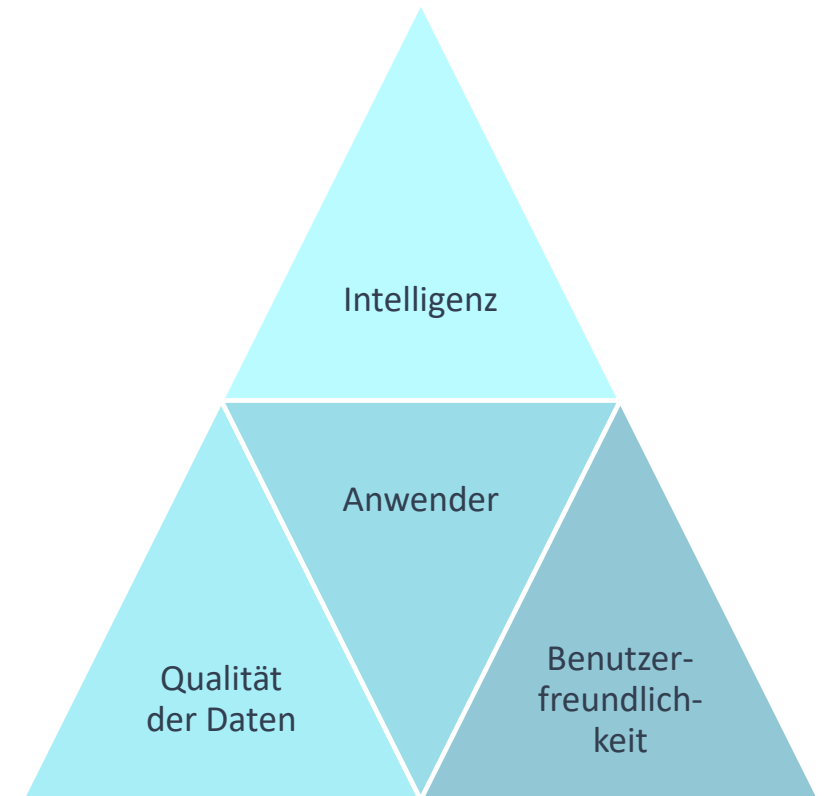


Zusammenfassung: Datengetriebenes “Shareholder Engagement”

„Work smarter not harder“



Anforderungen an ein hilfreiches Tool





Vielen Dank für Ihr Interesse

Wir freuen uns über Ihre Fragen

ACCNITE | Hochwaldstrasse 40a | 85598 Baldham | T: +49 8106 39803 0 | E: info@accnite-ondemand.com |

I: www.accnite-ondemand.com | Amtsgericht München (Local Court Munich) HRB 251378 | LEI: 984500EB86C4A85A0C61 |

Managing Partners: Christian Bacherl, Maria Töpfer