



### Region

Nord-Amerika



### Lösung

Verint Community



### Branche

Einzelhandel

## Weitere Informationen über Titleist

- Besuchen Sie die Team Titleist-Community
- Werden Sie Mitglied bei Titleist auf Facebook
- Folgen Sie @Titleist auf Twitter

## Die Herausforderung

### Erhöhung des Markenwerts durch Verbesserung der Kundenbeziehungen

Titleist war schon immer sehr aktiv und beim interaktiven Marketing seiner Zeit voraus. Das Unternehmen sieht es als sehr wertvoll an, loyalen Kunden Kontakt zu Titleist auf einer persönlicheren Ebene zu ermöglichen. Deshalb wollte es ein zusätzliches Instrument finden, um sein Engagement für treue Kunden auszubauen.

Das interaktive Marketingteam arbeitete eng mit der Unternehmensführung zusammen, um eine Online-Community zu entwickeln. Sie sollte die zentrale Anlaufstelle für Titleist-Fans werden, um sich online mit dem Unternehmen und anderen Golfern auszutauschen. Bislang nutzen diese dazu Facebook und andere Golf-Communities. Titleist wollte sie wieder auf die eigene Webseite bringen und sie als zentrale Anlaufstelle für Golf- und Titleist-Fans etablieren.



*Titleist baute eine Online-Community für Fans auf, in der sich Golfer und Titleist-Mitarbeiter austauschen können.*

Titleist wollte die Beziehung zwischen begeisterten Golfern und Titleist-Mitarbeitern weiter vertiefen und persönliche Gespräche ermöglichen. Das Endergebnis war Team Titleist - eine Online-Community von treuen Titleist-Kunden, begeisterten Golfern und Partnern.

„Wir haben uns für die [Verint Community]-Plattform entschieden, weil wir mit ihr die Design-Möglichkeiten erweitern und unseren Fans eine qualitativ hochwertige Community bieten können, was für unsere Social-Business-Strategie entscheidend ist. Außerdem lässt sich die Plattform in unsere Infrastruktur integrieren und skalieren, um die Anforderungen unserer Community zu erfüllen, auch wenn sie wächst.“

– Mike DePaolo, Manager Team Titleist

## Die Lösung

### Einführung der Team Titleist Online-Community für den Dialog mit Markenfans

Die Einbindung der wichtigsten Stakeholder und Entscheidungsträger aus zahlreichen Geschäftsbereichen (Geschäftsführung, Marketing, Werbung und Vertrieb) war für den Erfolg der Community von Anfang an sehr wichtig. Die Mitarbeiter von Titleist entwickelten das Projekt gemeinsam, um vor dem Start klare Ziele zu definieren und Konsens zu schaffen. Titleist schuf einen hochwertigen Markenauftritt für seine Kunden, um den Look und Feel der Marke zu erhalten. Das Titleist-Team bindet auch Posts von Facebook, Twitter und YouTube ein, um seinen Kunden ein integriertes soziales Online-Erlebnis zu bieten. Die Markenfans tragen aktiv zu den Social-Media-Seiten und der Online-Community bei.

„Wir interagieren mit unseren Markenfans auf allen Kanälen“, kommentiert DePaolo. „Wir verfolgen einen vielschichtigen Ansatz, um sicherzustellen, dass wir mit unserer Zielgruppe auf den Kanälen kommunizieren, auf denen sie sich am wohlsten fühlt. Unser ultimatives Ziel ist es, unsere Fans immer in die Team Titleist-Community zu holen. Sie bietet mehr Möglichkeiten für einen intensiven Dialog als die anderen Kanäle.“

„Unser Ziel ist, unseren Fans zeitgemäße und relevante, aufregende und mitreißende Inhalte zu bieten. Wir wissen zwar, dass die Chancen für eine enge, intensive Beziehung auf Team Titleist besser sind. Aber wir wollen keine Gelegenheit verpassen, eine Beziehung zu einem potenziell lebenslangen Fan der Marke aufzubauen, auch wenn sie auf einem anderen Kanal beginnt. Wir hoffen, dass wir auf diesen Kanälen den Wert, das Engagement und die Authentizität zeigen können, die einen Fan dazu inspirieren, sich mit uns im Team Titleist auszutauschen.“

*Titleist baut eine starke Fan-Community auf, indem es den Mitgliedern ermöglicht, Tipps zum Golf spielen auszutauschen, an Umfragen zu beliebten Themen teilzunehmen und offen Produkt-Feedback zu geben.*

Verbraucher nutzen die Community auch zur Produktrecherche. Golfer verbringen immer mehr Zeit damit, Produkte zu prüfen und Gleichgesinnte und Experten vor dem Kauf um Rat zu fragen. Andere Golfer antworten, beraten und berichten von ihren Erfahrungen. Auf diese Weise verbreiten Kunden hilfreiche Informationen unter begeisterten Golfern und betreiben Mund-zu-Mund-Propaganda. Das hilft Käufern, fundierte Entscheidungen zu treffen und fördert letztlich den Absatz.

*Titleist bindet Markenfans in Diskussionen über Golfschläger, Bälle und Geschichten über Spiele ein.*

„Unsere Aktivitäten im sozialen Bereich sind auf den Aufbau von Beziehungen ausgerichtet. Soziale Netzwerke wurden aus diesem Grund geschaffen - um Menschen zu vernetzen und Möglichkeiten zum Austausch zu bieten. Indem wir unser Engagement für den Aufbau dieser eher persönlichen Beziehungen beibehalten, können wir unseren Markenfans ein authentisches soziales Medium bieten, das sich auf Beziehungen, Diskussionen und gemeinsame Erfahrungen konzentriert.“

– Mike DePaolo, Manager Team Titleist

Team Titleist ist eine zentrale Anlaufstelle für Golfer, die sich verbessern wollen. Mit einer Reihe von Tools, die sie dabei unterstützen, können Team Titleist-Mitglieder ihre wichtigsten Golfstatistiken verfolgen und eine Bibliothek mit Videotipps von einigen der weltbesten Spieler und Golflehrer nutzen.



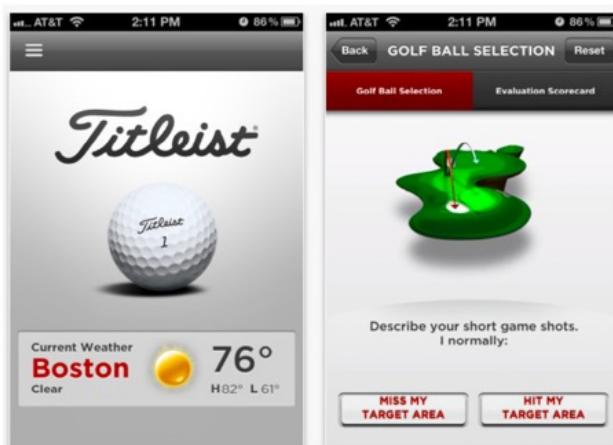
Community-Mitglieder können ihre Golfergebnisse und -statistiken im Zeitverlauf mit einem personalisierten Dashboard verfolgen.



Videotipps von Experten helfen Golfspielern, neue Möglichkeiten zur Verbesserung ihres Spiels und zur Reduzierung ihrer Punktzahl zu finden.

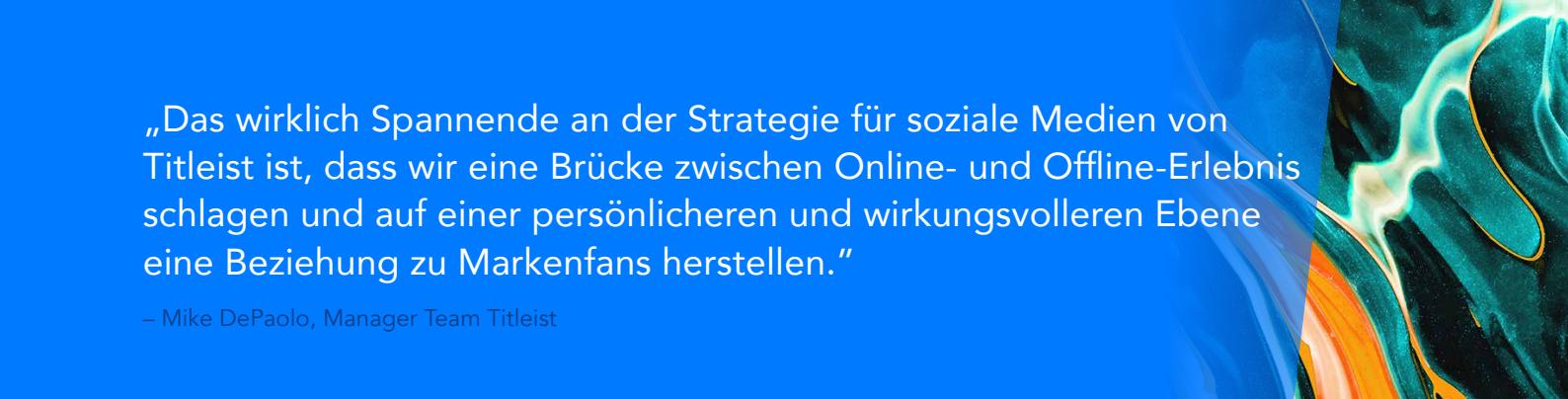
Die Community öffnet die Türen zu „internen Informationen“ über Titleist, die sich Markenfans wünschen. Team Titleist-Mitglieder können mit Produktempfunden sprechen, an F&E-Testpanels teilnehmen, in Umfragen Feedback geben und an exklusiven Live-Webcasts und Sonderveranstaltungen teilnehmen. So ist Titleist immer auf dem Laufenden, was seine Fans in Bezug auf Produkte und den Dialog wünschen, und stellt sicher, dass Kunden ihr Feedback einbringen können.

Der Zugang zur Community erfolgt über die Titleist-iPhone-App, die eine zentrale Anlaufstelle für alles rund um Titleist ist. Mitglieder können sich in Titleist's Social Stream über Neuigkeiten und Updates informieren, eine umfangreiche Videobibliothek ansehen und Golfshops und Aussteller in ihrer Nähe finden. Außerdem können sie wichtige Golfstatistiken verfolgen und ihren Schwung aufzeichnen, um ihn mit dem eines Titleist-Markenbotschafters zu vergleichen. Sie können auch eine Bibliothek mit ihren eigenen Schwüngen anlegen, um sie nebeneinander zu betrachten.



Titleist hat eine App für Golfer entwickelt, mit der sie auch unterwegs mit anderen austauschen können und Zugang zu Golftipps und Ressourcen haben.

# VERINT®



„Das wirklich Spannende an der Strategie für soziale Medien von Titleist ist, dass wir eine Brücke zwischen Online- und Offline-Erlebnis schlagen und auf einer persönlicheren und wirkungsvoller Ebene eine Beziehung zu Markenfans herstellen.“

– Mike DePaolo, Manager Team Titleist

## Die Ergebnisse

### Vertiefung der Kundenbeziehungen und Erhöhung des Bekanntheitsgrades:

„Team Titleist gibt unseren Markenfans Zugang zur Backstage-Area auf Turnieren und die Möglichkeit, sich mit anderen begeisterten Golfern zu vernetzen, ihre Geschichten zu erzählen und ihre Leidenschaft für den Golfsport zu teilen“, sagt DePaolo. Team Titleist-Mitglieder haben die Möglichkeit, an F&E-Panels, Live-Webcasts und speziellen Veranstaltungen teilzunehmen, bei Umfragen Feedback zu geben und vieles mehr.

„Durch Team Titleist vertiefen wir unsere Beziehung zum Golfer, indem wir das Markenbewusstsein stärken und die Loyalität erhöhen“, sagt DePaolo. „Wir beobachten auch, dass Golfer mehr Zeit damit verbringen, sich vor dem Kauf über ihre Ausrüstung zu informieren. Diese Community soll Titleist-Fans direkten Kontakt zu unseren Produktexperten und Markenbotschaftern ermöglichen und gleichzeitig soviel Hintergrundinformationen wie möglich bieten. Seit dem Start haben die Aktivitäten auf der Webseite und der Dialog unsere Erwartungen übertroffen.“

### Bessere Customer Experience:

Zur Online-Community und dem damit verbundenen Erlebnis von Gemeinschaft erhält Titleist viele positive Rückmeldungen von Kunden. Der Austausch und die Loyalität der Kunden nehmen zu und das Unternehmen baut seine Präsenz weiter aus und setzt neue Strategien um.

Titleist verbindet den Austausch online auch mit Präsenz-Veranstaltungen. „Kürzlich haben wir einem Mitglied ermöglicht, als Caddy für einen PGA-Tour-Spieler zu

arbeiten, was für einen Golf-Fan ein einmaliges Erlebnis ist“, sagt DePaolo. Außerdem gab es ein Gewinnspiel, bei dem der Gewinner einen Freund zum Titleist Performance Institute in Kalifornien mitbringen konnte. Dort lassen viele der besten Spieler der Profi-Touren ihre Ausrüstung optimieren. Der Gewinner und sein Freund wurden im Institut professionell mit einem komplett neuen Bag mit Titleist-Ausrüstung ausgestattet.

### Höhere Loyalität:

Markenfans und Golfer bauen stärkere Beziehungen zueinander und zu den Titleist-Teammitgliedern auf. Im ersten Jahr wuchs die Community aufgrund ihrer Beliebtheit um das Fünffache, zwischen 2011 auf 2012 verdoppelte sich die Anzahl der Mitglieder. Trotz dieses Erfolges pflegt Titleist eine „Fangemeinde, keine Datenbank“ von treuen Mitgliedern und konzentriert sich auf sinnvolle Interaktionen mit seinen Kunden. „Wir schaffen mit unserer Community Mehrwert für unsere treuen Kunden und versetzen uns immer in ihre Lage, um sicherzustellen, dass wir ihnen das absolut Beste bieten“, sagt DePaolo.

### Die Führungsposition ausbauen:

Titleist bemerkte, dass sich Einkaufsgewohnheiten verändern und Menschen immer mehr Zeit damit verbringen, sich vor dem Kauf online über Produkte zu informieren. Kunden schreiben online offen positiv über ihre Lieblingsprodukte und geben Tipps, welche Ausrüstung den Bedürfnissen eines Golfers entspricht. Durch die Integration von Produktinformationen mit Online-Kundendiskussionen, Videos und Links zu Unterhaltungen in sozialen Medien trägt die Online-Präsenz von Titleist dazu bei, die Nadel in die richtige Richtung zu bewegen.

## The Customer Engagement Company™

### Europe, Middle East & Africa

info.emea@verint.com

+44(0) 1932 839500

### Americas

info@verint.com

+1 770 754 1900

1-800-4VERINT

### Asia Pacific

info.apac@verint.com

+(852) 2797 5678



[verint.com/de/](http://verint.com/de/)



[twitter.com/verint](http://twitter.com/verint)



[linkedin.com/company/verint](http://linkedin.com/company/verint)



[verint.com/blog](http://verint.com/blog)