

- ▶ Regelmäßige Präsenz von Capco in Wirtschafts- und Branchenmedien
- ▶ Generierung von aktiven Anfragen zu Capco-Studien und Whitepapers
- ▶ Positionierung des Managements als Experten der Finanzindustrie
- ▶ Wahrnehmung der Unternehmensberatung als attraktiver Arbeitgeber

Begleitung des Markteintritts

2007 plante die Unternehmens- und Technologieberatung Capco den Markteintritt in Deutschland. Capco war in Deutschland bis dahin unbekannt. Das Office in Frankfurt/ Main startete mit rund 20 Mitarbeitern.

Der Markteintritt der ausschließlich auf die Finanzindustrie fokussierenden Beratung sollte medial inszeniert und die Expertise des Managements in Tages-, Fach- und Wochenmedien platziert werden.

Mediale Inszenierung

Im ersten Schritt wurden die Markteintrittskommunikationsaktivitäten (Print, Sales-Mailings, Event) konzipiert und umgesetzt.

Im zweiten Schritt fanden persönliche Gespräche zwischen Key-Journalisten und dem Deutschland- und Europa-Chef von Capco statt.

Durch die Erstellung eines Themenmanagements und die Anpassung an den deutschen Markt ist das Capco-Management regelmäßig Teil der Medienberichterstattung.



Steigerung der Medienpräsenz

Zwischen der Null-Messung der Bekanntheit von Capco vor dem deutschen Markteintritt (weniger als 100 Treffer bei Google bei deutschen Suchanfragen in Mai 2007) und dem Oktober 2011 liegen rund 3,5 Jahre und 33.900 Treffer. Capco ist heute regelmäßig in führenden deutschen Wirtschafts- und Finanz-Branchen-Medien präsent.

Capco beschäftigt in Deutschland inzwischen rund 180 Mitarbeiter und plant weitere Einstellungen.