



OgilvyOne macht Marken wertvoller für Menschen und Menschen wertvoller für Marken. Durch das Zusammenspiel von Daten und Kreativität schaffen wir einzigartige Erlebnisse, die Kunden nachhaltig für die Marke begeistern.

## Unsere Geschichte

1948  
Gründung  
Ogilvy & Mather NY,  
David Ogilvy.

1964  
Gründung  
Ogilvy & Mather  
Deutschland.

1972  
Gründung OgilvyOne als  
erste Customer-  
Relationship-Agentur  
weltweit.

1984  
Gründung der  
OgilvyInteractive.  
Die erste Digital-Agentur.

2006  
Gründung von  
Neo@Ogilvy.

2009  
Fusion der  
OgilvyInteractive  
mit OgilvyOne.

2014  
Implementierung von  
DAVE, unserer  
Customer-Engagement-  
Methodik.

2015  
Zum 4. Mal in Folge  
Auszeichnung als  
„Network of the Year“ bei  
den Cannes Lions.

2016  
Eröffnung der  
Standortniederlassung  
OgilvyOne Berlin.

Wir sorgen für persönliche und langfristige Kundenbindungen, tiefere Beziehungen und damit für einen nachhaltigen Geschäftserfolg unserer Auftraggeber. Wir, das sind weltweit mehr als 5.000 Mitarbeiter in über 100 Büros in 38 Ländern. In Deutschland sind wir an den Standorten Frankfurt und Berlin vertreten. Dabei verbinden wir unsere langjährige Erfahrung als global erfolgreiche CRM-Agentur mit den neuen Anforderungen der digitalen Zeit und den unterschiedlichen Bedürfnissen der Kunden.

### „First Love and Secret Weapon“

David Ogilvy wusste, dass die individuelle Ansprache der effektivste Weg zur Gewinnung und Bindung von Kunden ist – und somit auch der effektivste Weg zum Geschäftserfolg. Daher gründete er im Jahr 1972 die erste CRM-Netzwerkagentur Ogilvy & Mather Direct, den Vorgänger von OgilvyOne.

### Heute sprechen wir von „Customer Engagement“

Nur durch individuelle Erlebnisse interagieren Menschen mit Marken. Wir verfügen über mehr Kommunikationsmöglichkeiten, Daten und Technologien als jemals zuvor. Durch die Analyse von Trends und Daten erkennen wir sofort die Veränderungen der Art und Weise, wie Menschen mit Marken umgehen. Die Kunden von heute sind flexibel, aktiv und selbstbewusst. Durch die Nutzung der digitalen Medien haben sich neue Engagement Touchpoints ergeben, die einen Dialog zum Kunden in vielfältiger Art und Weise ermöglichen. Wir sind daher heute David Ogilvys „First Love“ noch stärker verbunden als je zuvor.

## Unser Anspruch



Unseren Auftraggebern helfen, mehr Kunden zu gewinnen.

### „We sell or else“

Unser Ziel ist die Stärkung der Mensch-Markenbeziehung und die nachhaltige Steigerung des Kundenwertes.

Dazu gehört für uns:

- die Überzeugung, dass jeder Kunde individuelle Bedürfnisse und Motive hat.
- dass jeder Kunde eine unterschiedliche Bedeutung für die Marken unserer Auftraggeber hat.
- eine konsequent kundenfokussierte Betrachtung der Touchpoints: die Kunden dort abholen, wo sie sind.
- das Vertrauen, dass der Weg zu den Köpfen, Herzen, Brieftaschen und Freunden der Kunden über ihr Erlebnis mit der Marke führt.

Customer Engagement ist für fast jegliches Geschäftsvorhaben von Bedeutung, ganz gleich, ob Markenbindung, Neukundenakquisition, Loyalitätsprogramme, E-Commerce oder Sales-Aktivierung. Wir nutzen datenbasierte Insights, um den Kundenwert zu maximieren und durch individuelle Erlebnisse Kaufentscheidungen herbeizuführen.

### Wir suchen stets den direkten Kontakt zu den Kunden

Denn wer in direktem Kontakt mit ihnen steht, braucht nicht zu schreien.

Dies allein führt jedoch noch nicht zwangsläufig zur Kundenbindung.

Echtes Customer Engagement geht weiter und

- erzeugt Kundeninteraktionen, Kundenerlebnis und Kundenteilnahme und fördert bestimmte Verhaltensweisen beim Kunden, die zur Kaufentscheidung führen.
- beinhaltet überzeugende kreative, innovative und transformative Ideen.
- basiert auf Daten. Wir nutzen alle relevanten Möglichkeiten, personalisierte Erlebnisse zu schaffen, die zu Verhaltensänderungen seitens des Kunden führen und den Kundenwert steigern.

---

## Unsere Leitlinien



Die Kunden  
und ihre  
Wünsche  
kennenzulernen.

---

## Unsere Tools



Immer einen  
Schritt voraus  
sein.

---

### **Data-Inspired, Always-On, Valuable, Experiences**

Bei OgilvyOne haben wir mit DAVE (Data-Inspired, Always-On, Valuable, Experiences) eine einzigartige 6-Phasen-Methode entwickelt, um unseren Auftraggebern mit maßgeschneiderten, datenbasierten Customer-Engagement-Strategien und -Lösungen weltweit zu helfen, erfolgreich Kunden für die Marke zu begeistern und sie so langfristig an sie zu binden.

Denn nur wer die Bedürfnisse, Wünsche und Verhaltensmuster des Kunden kennt, kann dafür sorgen, dass er eine Marke als relevant wahrnimmt. Um eine dauerhafte Kundenbindung zu erreichen, behalten wir stets die nächsten Schritte im Auge: Was soll der Kunde als Nächstes tun? Welche Interaktion, welches Erlebnis, welche Transaktion soll folgen? Und um dies zu steuern, muss jeder einzelne Schritt sorgfältig geplant und konsequent umgesetzt werden.

---

### **Wie erreichen wir unsere Kunden?**

**Ideen:** Wir engagieren uns für nachhaltige Veränderungen. Kreativität ist unser Lebenselixier und unser Wettbewerbsvorteil.

**Wissen:** Wir kennen uns damit aus, Kunden kennenzulernen und verstehen etwas von Kundenwert, Treibern und Barrieren, Unterschieden, Motivation, Bedürfnissen und Ansprüchen der Kunden.

**Daten:** Daten und ihre Analyse sind der Treibstoff für unsere Aktivitäten.

**Inhalte:** Customer Engagement durch relevante Inhalte, die auf echten Kunden-Insights basieren.

**Technologien:** Wir nutzen intelligente Technologien für den Zugang zu Kunden und Daten und entwickeln auf dieser Basis maßgeschneiderte Engagement-Systeme und individuelle Lösungen für unsere Auftraggeber.

---

## Unsere Mitarbeiter



Gutes Customer Engagement verbindet Logik und Magie.

Customer Engagement ist kein Hexenwerk, aber es erfordert viel Talent. Wie jeder, der für Ogilvy & Mather tätig ist, bringen auch die Mitarbeiter von OgilvyOne acht besonders wichtige Eigenschaften mit: Mut, Idealismus, Neugier, Verspieltheit, Offenheit, Intuition, einen freien Geist und Ausdauer.

### **Logik und Magie**

Wir verfügen bei OgilvyOne über kreative Köpfe mit einer Affinität für Daten, Strategen mit Begeisterung für Kreativität, Technologen mit einem Talent für Engagement-Ideen und Kundenberater, die überzeugende Kundenstrategien entwickeln.

### **Ein Netzwerk von Experten**

Gutes Customer Engagement erfordert unterschiedliche Perspektiven und Spezialisten. Daher arbeiten wir mit Experten und starken Partnern aus unserem globalen Netzwerk wie Neo@Ogilvy, ETECTURE, Bottle Rocket, Social.Lab, Verticurl oder The Lacek Group zusammen.

---

## Unsere Kernkompetenzen

- + B2B-Lösungen
- + Content Engagement
- + Customer Relationship Management (CRM)
- + Data & Analytics
- + Digital Direct Marketing
- + E-Commerce
- + Integrierte Marketing-Lösungen
- + Loyalty Marketing
- + Marketing-Technologien und -Plattformen
- + Mobile
- + Performance Marketing & Media
- + Search (SEO/SEM)
- + Social CRM
- + User Experience (UX)