

MARKETING AUTOMATION

NEHMEN SIE IHREN KUNDEN AN DIE HAND!

Individuelle Kommunikation ist das wichtigste Element einer langfristigen und erfolgreichen Kundenbeziehung. Ab dem ersten Kontakt gilt es, die Wünsche zu erkennen und zu berücksichtigen. Nur so kann eine langanhaltende Kundenbeziehung aufrechterhalten werden. Um den Aufwand in einem überschaubaren Rahmen zu halten, sollte dieser Prozess so weit wie möglich automatisiert werden. Die erfolgreiche Umsetzung einer automatisierten Kundenansprache erfordert allerdings eine umfangreiche Planung, eine technische Infrastruktur und natürlich erfahrene Experten.

mission<one> entwickelt für zahlreiche Kunden maßgeschneiderte Lösungen. Für die Anforderungen jedes Unternehmens und seiner Kunden erstellt der erfahrene Dienstleister und Technologie-Anbieter ein passendes Paket für die Beratung, Rundumbetreuung und deren Umsetzung. Dabei werden die Kampagnen dem ständigen Wandel der Bedürfnisse entsprechend laufend optimiert. Auch die Entscheidung, auf welchen Medien der Kunde angesprochen werden soll, kommt hierbei zum Tragen. So bieten beispielsweise Transaktions- und Triggermailings zahlreiche Möglichkeiten für die individuelle Kundenansprache.

DIE PLANUNG:

Marketing Automation bedeutet viel mehr als die Automatisierung von Marketing-Prozessen. Konsequenterweise zu Ende gedacht, kann der Effekt von Marketing Automation weit über Kosten- und Zeitersparnis hinaus gehen. Denn sie ermöglicht ein wirklich ganzheitliches One-to-One-Kundenmanagement, unabhängig von Branche und Zielgruppe. Das Duo Marketing

Automation und Individualisierung ebnet im Einklang in der Praxis den idealen Weg zur dauerhaften Kundenbindung. Im Vorfeld erfolgt zunächst die Kundendatenanalyse. Die Daten eines jeden Kunden sind die Basis für relevante, individuell zugespielte Inhalte. Dafür ist es wichtig zu wissen, welche Daten benötigt werden und woher man diese erhält. Außerdem sollte geklärt werden, mit welcher technischen Infrastruktur die Daten zur individuellen und automatisierten Kundenansprache eingesetzt werden können.

DATENANALYSE:

Hier zählt Qualität, nicht Quantität. Wichtig sind nur die Daten, mit denen der Kunde direkt angesprochen werden kann. Weg von Big Data – der Fokus liegt auf dem einzelnen Kunden, seinem Kaufverhalten und seinen Wünschen. Dabei sind Erfahrungswerte über den Kunden genauso wichtig wie sein aktuelles Verhalten. Denn nur so ist es möglich, dass der Automatismus gezielt auf den Kunden reagieren kann.

MARKETING AUTOMATION

NEHMEN SIE IHREN KUNDEN AN DIE HAND!

Anhand dieser Daten wird gesteuert, wann und wie welche Inhalte eingesetzt werden. Im Vorfeld werden deshalb alle Customer-Touchpoints analysiert und die Daten entsprechend aus On- und Offline-Quellen gesammelt. Das bedeutet auf der technischen Seite, dass alle Daten, egal aus welchen Quellen sie stammen, in einer zentralen Datenbank gespeichert werden. Somit können sie für die automatisierte Kommunikation eingesetzt werden.

Durch die Individualisierungs-Mechanik der mission<one> control erhalten Abonnenten einen hochindividualisierten Newsletter. Die Möglichkeiten reichen hier von der einfachen Individualisierung mit Content-Zuspielung je nach Interessensgebiet bis hin zur echten One-to-One-Kommunikation. Wie das in der Praxis aussieht, zeigen die folgenden Beispiele.

CRM:

Die technische Basis ist das CRM-System, welches die Datenhaltung und Steuerung der Marketingprozesse übernimmt. Durch eine zentrale Datenbank, die alle relevanten Daten aus unterschiedlichsten Quellen erfasst und einer Kommunikationssoftware, kann ohne einen manuellen Datenabgleich sofort automatisiert auf Kundenaktionen reagiert werden. Damit die Steuerung der Datenmengen in Zukunft weiter ausbaufähig ist, sollte die Datenbank natürlich skalierbar sein.

Die mission<one> control ist ein CRM-System, das für genau diese Anforderungen entwickelt wurde. Darüber hinaus ist die mission<one> control eine E-Mail-Versandsoftware, die alle Daten der Empfänger sofort verarbeiten kann. So wird aus neuen Stamm- und Transaktionsdaten ein aktuelles Kundenprofil gewonnen, das zur individuellen Ansprache für personalisierte Newsletter, Triggermailings oder Transaktionsmails genutzt werden kann.

MARKETING AUTOMATION

AUTOMATISIERTE UND INDIVIDUALISIERTE KUNDENANSPRACHE

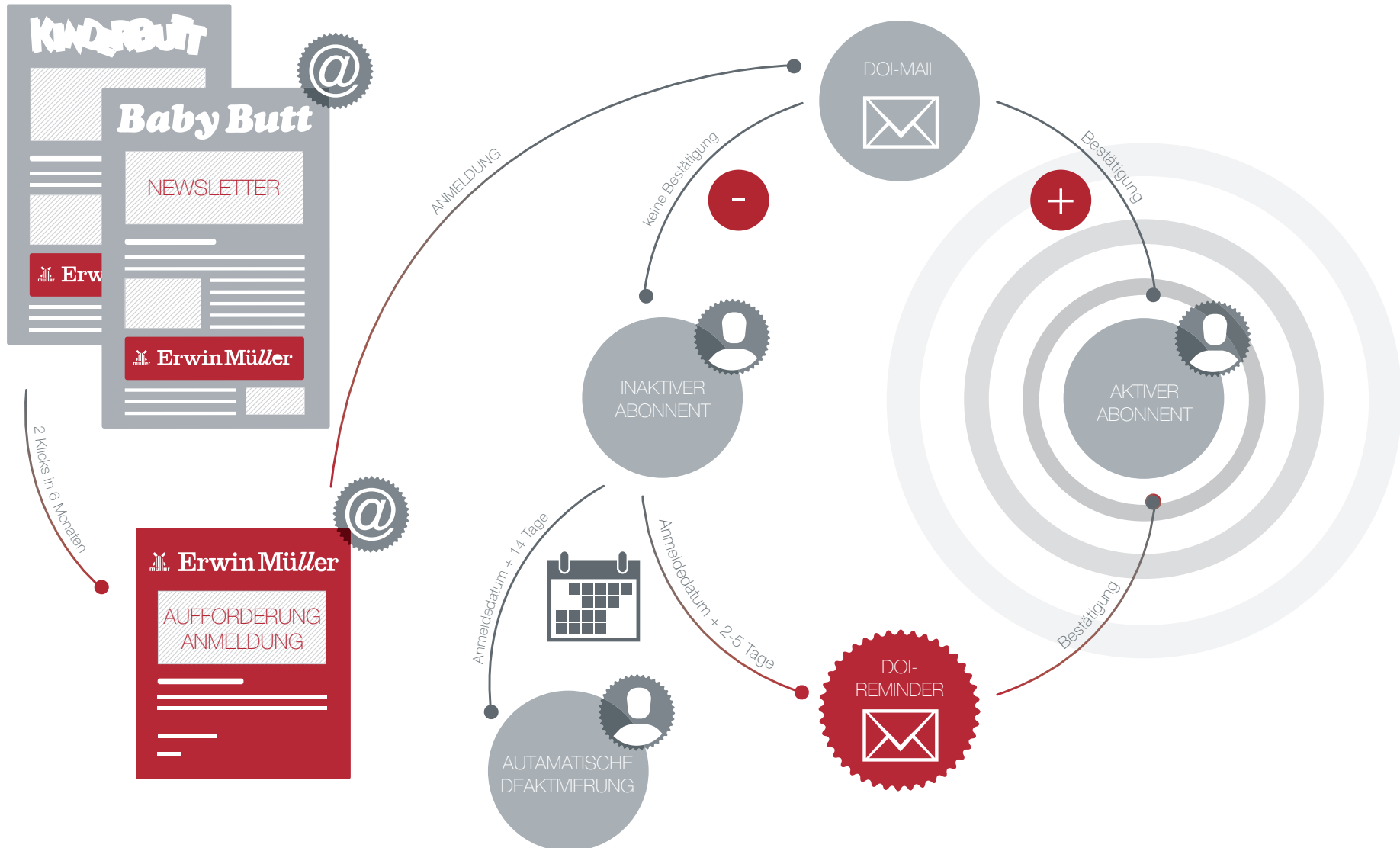
Das innovative Versandhaus Erwin Müller hat mit dem digitalen Geburtstagsgruß an seine Kunden eine simple und gleichzeitig sehr profitable Form der individuellen Kundenkommunikation per Triggermail etabliert. Zum Geburtstag erhält jeder Kunde einen Newsletter mit einem Gutscheincode über 10 Euro. Diese Gelegenheit lassen sich viele Kunden nicht entgehen und bummeln durch den Onlineshop, um ihren Warenkorb zu füllen.

Doch damit ist das Individualisierungspotenzial des Versandhändlers noch lange nicht ausgeschöpft. Zur langfristigen Kundenbindung entwickelte mission<one> eine individualisierte Überführungskampagne: Abonnenten der Newsletter der hauseigenen Marken Baby Butt und Kinderbutt erhalten regelmäßig einen personalisierten Bannercontent. Dieser wirbt mit Angeboten von Erwin Müller. So werden die Kunden von Baby- und Kinderbedarf auf Heimtextilien und Wohnaccessoires aufmerksam gemacht. Wird dieser im Verlauf mehrerer Ausgaben zweimal angeklickt, startet automatisch das personalisierte Marketing.

Der Empfänger erhält einen Sondernewsletter mit der Aufforderung, den Newsletter von Erwin Müller zu abonnieren, um dann mit einem Gutschein belohnt zu werden. Die Anmeldung findet durch ein rechtssicheres Double-Opt-In (DOI) Verfahren statt. Wird jedoch die DOI-Mail binnen 3 Tage nicht bestätigt, wird durch einen ereignisgesteuerten, automatisierten Reminder-Versand eine zweite Chance zur abschließenden Aktivierung gegeben. Die Klickrate und die Abonentenzahlen sowie der Umsatz konnten so durch Marketing Automation für die Erwin Müller Versandhaus GmbH gesteigert werden.



AUTOMATISIERTE UND INDIVIDUALISIERTE KUNDENANSPRACHE



MARKETING AUTOMATION

FALLBEISPIEL NEWMOOVE GMBH:

NewMoove ist „Dein persönliches Fitness-Studio bei Dir zuhause“ und bietet über 300 Kursvideos vor dem Fernseher, Computer, iPad oder iPhone an.

NewMoove stellt so jedem Kunden ein ganz persönliches Kursprogramm zur Verfügung. Ein so vielfältiges Angebot erfordert auch eine persönliche und intensive Betreuung der Teilnehmer. Ein ideales Einsatzgebiet für die mission<one> control: Mit ihr konnten in kurzer Zeit mehr als 70 vollautomatisierte, komplexe Marketingkampagnen gestartet werden.

Die Customer-Relationship-Managerin Anna Hampel hat, mit Beratung seitens mission<one>, die meisten der Kampagnen selbst im System eingerichtet. Die Erfolge zeigten sich bereits nach wenigen Wochen.

Die Mitglieder erhalten jetzt dynamisierte E-Mails je nach Trainingsziel, Trainingsintensität und Kurswahl. Sportler, die bei NewMoove ein Spezialprogramm aktiviert haben, bekommen z. B. ihrem Fitness-Status entsprechend einen individuellen Ernährungsplan inklusive Kochvideo. Dabei werden nicht nur die absolvierten Kurse berücksichtigt. Neukunden erhalten einführende Inhalte, während Bestandskunden auf Basis ihrer bisher getätigten Kurse Empfehlungen für das weitere Training bekommen. Weniger aktive Mitglieder werden zur Motivation angesprochen – ebenso wie Teilnehmer, bei denen sich die Mitgliedschaft dem Ende nähert.

Um den Automatisierungsprozess zu optimieren, wird die CRM-Verantwortliche das System in Zukunft weiter ausbauen. Ziel ist es, mit optimalem Service die Kundenbindung zu stärken.



„Für uns war die Einführung eines komplexen CRM-Systems mit vollautomatischen E-Mail-Kampagnen ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Aktivierung und Bindung unserer Mitglieder.“

Die mission<one> control bildet hier die Grundlage für die One-to-One-Kommunikation mit unseren Mitgliedern: Sie erlaubt den hochindividualisierten Versand von automatisierten Trigger-Mails. Die Mitglieder bekommen z. B. dynamisierte E-Mails – je nach Trainingsziel, Trainingsintensität und Kurswahl. So erhalten die Kunden immer genau die Information, die gerade für sie relevant ist – und das kommt gut an!“, berichtet Anna Hampel.

NEHMEN SIE KONTAKT MIT UNS AUF –

WIR BERATEN SIE GERNE UNVERBINDLICH UND KOSTENLOS

**Kommunikation:**

Henrik Salzgeber
Head of Business Development & Sales
mission<one> GmbH
Messerschmittstraße 7
89231 Neu-Ulm
Fon + 49 (0) 7 31 / 2077 - 130
Fax + 49 (0) 7 31 / 2077 - 199
E-Mail hsalzgeber@mission-one.de
www.mission-one.de

Die mission<one> GmbH ist der führende Anbieter für das digitale Kundenmanagement und gehört zu den Top-10-Dialogagenturen in Deutschland. Ein Team von 120 Mitarbeitern bietet individuelle Unternehmenslösungen für den gesamten Prozess des Kundenmanagements aus einer Hand.

Dank 12-jähriger Erfahrung entwickelt mission<one> effektive CRM-Strategien ebenso wie die Kreation und Umsetzung von E-Mail und Mobile-Kampagnen – im Verbund mit nachhaltiger Kundenbindung, strategischer Beratung und dem Einsatz modernster Technologien.

In der Beratungs-Unit „Die digitalen Helden“ bündelt mission<one> außerdem die Kompetenz erfahrener Experten, um Unternehmen noch gezielter beraten zu können.