



Ganzheitlicher Kundendialog

Nutzen Sie das volle Kommunikationspotential durch den NBA-Decision-Service

Kunden sind Individuen mit eigenen Interessen und Motivationen. Für ihre Ansprache steht heute eine Vielzahl klassischer und moderner Kontaktkanäle zur Verfügung. Das hat tolle Zeiten für das Marketing zur Folge, stellt aber auch eine große Herausforderung dar. Basierend auf Best-Practices zeigt Cintellic Ihnen, wie Sie mit Hilfe unseres NBA-Decision Ansatzes (Next-Best-Action) die Kundenkommunikation über alle Kanäle als fortlaufenden Dialog steuern können und so die technischen Möglichkeiten nutzen, um Ihre Kunden individuell anzusprechen.

Vertrauen ist die Grundlage menschlicher Kommunikation. Auch die Beziehungen zwischen Kunden und Unternehmen basieren auf Vertrauen. Die Zahlen und der Erfolg von Bewertungsfunktionen in Vergleichsportalen und eCommerce-Lösungen sprechen eine deutliche Sprache: Kunden legen viel Vertrauen in die Produktbewertungen anderer Kunden. Interessenten holen sich vor dem Kauf die Meinungen anderer Käufer ein, um Zweifel auszuschließen und die Frage zu beantworten, ob ein Produkt auch wirklich ihre Anforderungen und Wünsche erfüllt. Als Unternehmen können Sie davon profitieren, indem Sie gezielt Vertrauen aufbauen, z. B. mit individuellen Kundenansprachen.

Nutzen Sie CRM, Marketing Automation und Online-/ Mobile-Kundenkanäle, um Ihr Angebot mit persönlichen Text- und Bildinhalten zu unterstreichen und dem Kunden zu signalisieren: Wir verstehen Sie.

Kampagnen flexibel und leicht für alle Kanäle erstellen und ausrollen

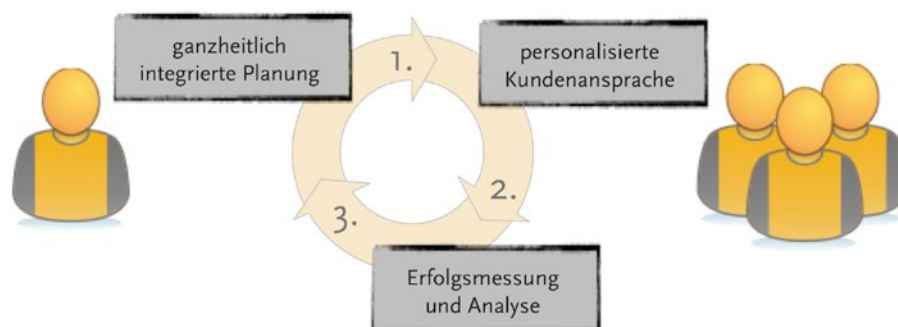
CRM- und Marketing-Automation-Software erlauben Marketing-Abteilungen bereits heute selbstständig passende Segmente für die Kundenansprache zu selektieren und auf verschiedene Kanäle zu verteilen. Aber nicht immer ist die IT-Infrastruktur im Unternehmen auf diese neuen Möglichkeiten und Anforderungen optimiert. Dies führt zu Medienbrüchen und Verzögerungen bei der Umsetzung der Kampagnen, was wiederum bedeutet, dass Kunden nicht individuell angesprochen werden können oder die Möglichkeit eingeschränkt wird, auf aktuelle Ereignisse spontan, flexibel und mit passenden Angeboten zu reagieren. Der NBA-Decision-Service verfolgt das Ziel, Ihrer Marketing-Abteilung die direkte Kontrolle über Ihre Kanäle zu verschaffen: übersichtlich und einfach gesteuert durch Ihre Marketing-Software, egal ob via Kundenportal, Mobile App, Email Newsletter, Printprodukten, etc.

Mit nur drei Maßnahmen gibt Ihnen der NBA-Decision-Service die volle Kontrolle über Ihre Multichannel-Kampagnen.

Der optimale Lebenszyklus einer Marketingkampagne besteht aus einem Closed-Loop-Ansatz: Von der Planung, der Selektion, dem Erstellen von Anspracheinhalten, dem Anlegen von Kontrollgruppen und der Durchführung bis hin zur Auswertung und dem sukzessiven Lernen aus Response.

Stellen Sie sich die Frage, ob dieser Prozess bei Ihnen vollständig geschlossen ist und in der Hand Ihrer Marketing-Abteilung liegt?

Brüche und Kanten machen aus dem rundlaufenden Kreis schnell ein holpriges Ei und Sie verpassen möglicherweise Chancen, die höchstmögliche Effizienz zu erreichen.



1. Zentrale Verbindung zwischen Marketingtool und Kundenkanälen

Ein häufig anzutreffendes Problem: Sie haben geplant, segmentiert und sind bereit Ihre Kampagne zu starten – jetzt müssen Sie die Empfängerdaten und Inhalte manuell an die Kanäle herantragen. Hierzu brauchen Sie weitere Ressourcen, die Übertragung nimmt Zeit in Anspruch, Daten wie Exports aus ihrem Kampagnenmanagement-Tool, Anspracheinhalte etc. müssen extrahiert und umständlich übertragen oder versendet werden. Sie müssen evtl. für jede Ansprache Ihre jeweiligen Dienstleister verschiedener Kundenkanäle (Onlineportal, Lettershop, Email-Marketing) vorher einzeln informieren und haben zeitlich begrenzte Slots zur Umsetzung.

Die Verzahnung der analytischen, dispositiven Welt, in der Kampagnen geplant und selektiert werden, mit den operativen Kanälen, wie z. B. Web-Portalen, Mobile-Apps etc., ist eine Herausforderung im Direktmarketing. Auf Basis unserer Erfahrungen haben wir einen Ansatz entwickelt, der diese beiden Welten mittels eines sogenannten Decision-Hubs verbindet. So können Inhalte wie Landingpages verwaltet und personalisiert angesteuert werden.

Mit der Einführung von NBA-Decision-Service verknüpfen wir zuerst Ihr Unternehmens-CMS mit Ihrer Marketing-Automation-Lösung – nun kann Ihre Marketingabteilung direkt die Medieninhalte einstellen und verwalten, und im Kampagnenmanagement-Tool dann gleich dem passenden Segment der Kampagne zuordnen.

Im nächsten Schritt verbindet der NBA-Decision-Service auch Ihre Kundenkanäle mit Ihrer Marketing-Automation-Lösung. Für Online-Kanäle steht nun der NBA-Decision-Service zur Verfügung, welcher mittels Abruf der Kunden- oder Interessentendaten die individuell passende Kampagne auswählt, zur Laufzeit personalisiert und das Ergebnis zurückschickt: Eine runde Sache! Ihre Kanäle sind somit perfekt orchestriert.

2. Personalisierte Ansprache, bei der sich der Kunde wiedererkennt

Die geschaffenen Verbindungen zwischen Ansprachemedien im CMS, Marketingtool und Kundenkanälen erlauben ganz neue Möglichkeiten, den Kunden persönlich anzusprechen. Die Personalisierungsmöglichkeiten sind nahezu unbegrenzt und erstrecken sich auf Text- und Bild- oder animierte Inhalte (z.B. Flash).

Ein Beispiel:

Ein KFZ-Versicherer möchte alle Möglichkeiten zur Personalisierung bei einer Upselling-Kampagne auf seinem Kundenportal nutzen, um sein ganzes Responsepotential auszuschöpfen. Als Ansprachemedium wählt der Kampagnenmanager ein Banner, auf dem neben einer Textansprache auch ein Auto zu sehen sein wird. Zu den Kundendaten aus dem CRM lässt er sich im Marketingtool den individuellen Angebotspreis für jeden Kunden der Ansprache errechnen und lädt sich aus dem Datamart den Typ und die Farbe der jeweiligen PKWs. Im Unternehmens-CMS stellt er sowohl das

steuerbare Bildansprachemedium ein als auch den Ansprachetext, erweitert um Platzhalter, an denen der jeweilige Name und individuelle Angebotspreis für den entsprechenden Kunden erscheinen soll. Im Marketingtool macht er die üblichen Segmentierungen, wählt das Bild und den Text als Anspracheinhalt für seine Kampagne und wählt das Online-Portal als Zielkanal der Kampagne. Nach Start der Kampagne meldet sich der Kunde Max Müller, Fahrer eines roten Kompaktwagens in dem Kundenportal an und fühlt sich direkt angesprochen.

Studien von Forsa und SAS belegen, dass das Vertrauen von Kunden, die sich in einer Ansprache wiedererkennen, deutlich steigt und zu erhöhter Aufmerksamkeit und verstärktem Kaufinteresse führt. Durch den NBA-Decision-Service erhalten Sie einfache Werkzeuge, um Ihre Kampagnen dementsprechend zu optimieren. Die Webservices erlauben es Ihnen, einfache Platzhalter für Texte oder Bildinhalte in Ihren Ansprachemedien zu verwenden. Während des Roll-Outs der Kampagne kümmern sich die Dienste um die personalisierte Platzierung entsprechender Bausteine. Für Online-Kanäle geschieht dies „on the fly“, auf Wunsch auch abhängig von weiteren Faktoren wie z.B. Tageszeit oder Aufenthaltsort des Kunden.

3. Kundenreaktionen messen, zurückführen, auswerten und nutzbar machen

Um eine Kampagne vollständig als Kreislauf nutzen zu können, ist es unverzichtbar, die unterschiedlichsten Reaktionen auf Ansprachen zu sammeln und zu klassifizieren. Mit Hilfe ausgeklügelter Web- und Emailtracking-Technologien können innerhalb der Laufzeit der Kampagne Informationen gewonnen werden, die zu einer optimierten Ansprache und Segmentierung im nächsten Kampagnenrundlauf führen. Ein Vertragsabschluss ist die erwünschte und erfolgreichste Antwort auf eine Kundenansprache. Um zu lernen warum der Kunde nicht auf die Ansprache eingegangen ist, stehen eine Vielzahl von Daten zur Verfügung, die entsprechend ausgewertet werden können. Ein Beispiel für Fragen aus einer Online-Ansprache:

- Hat der Kunde die Ansprache tatsächlich gesehen? (Nutzt er Werbeblocker, oder einen Browser, der die Ansprache nicht darstellen konnte?)
- Wie lange wurde die Seite mit der Ansprache angezeigt? (Oder war die Zeit vielleicht viel zu kurz?)
- Hat der Kunde die Ansprache angeklickt? (Oder war vielleicht sein Mauszeiger über der Ansprache, hat er also Interesse gezeigt?)
- Hat der Kunde die Landingpage besucht, dort Angaben gemacht oder ist dem Verkaufsprozess sogar weitergefolgt? (Bis wohin? Wann genau hat er abgebrochen? Wie viel Zeit hat er damit verbracht?)

Die Antworten auf diese einfachen Fragen sammelt der NBA-Decision-Service entweder direkt oder nutzt die Daten, die Ihr Webcontrolling bereits erhebt, und stellt die Erkenntnisse Ihrem Marketingtool zur Verfügung. In der nächsten Iteration Ihrer Kampagne können Sie nun gezielt bei den Kundengruppen, die Interesse in verschiedenen Stufen gezeigt haben, nachhaken und Ihre Ansprache für die Kunden, die es nicht taten, überdenken. Der Kreis ist geschlossen.



NBA-Decision-Service als Konzept

Der NBA-Decision-Service ist als Beratungsprodukt eine Strategie, die wir individuell an Ihr Unternehmen anpassen. Die Software, die Sie bereits in Ihrem Unternehmen zur Unterstützung Ihrer Marketingaktivitäten nutzen, haben Sie aus gutem Grund gewählt. Durch die Vernetzung verschiedenster Marketingsoftwares, Kundenkanäle, Datamarts und Medienmanagementsysteme werden Ihre Möglichkeiten potenziert. Der NBA-Decision-Service beinhaltet IT-Bausteine, Prozesse und Umsetzungsstrategien, um die Lücke in Ihrem Kreis zu schließen.

Die Cintellic Consulting Group ist als Beratungshaus spezialisiert auf die Bereiche Customer Experience Management, Customer Relationship Management, Marketing Operations Management, Kampagnenmanagement und Business Intelligence. Ihre Mitarbeiter besitzen langjährige Erfahrung in der Strategie-Entwicklung sowie in den Bereichen Prozessoptimierung und Customer Insights. Cintellic verbindet strategisches Know-how mit Kompetenz im Bereich der Datenanalyse und Business Intelligence und bietet Konzeptentwicklung und Umsetzung aus einer Hand.

Ihre Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinarth

Geschäftsführer

Cintellic Consulting Group

m +49 151 40 01 59 34

t +49 228 92 65 18 20

joerg.reinnarth@cintellic.com



Stephan Klöckner

Senior Manager

Cintellic Consulting Group

m +49 171 90 03 463

t +49 228 92 65 18 20

stephan.kloeckner@cintellic.com

Cintellic GmbH

Remigiusstraße 16

53111 Bonn

t +49 228 92 65 18 20

info@cintellic.com

www.cintellic.com