



Die neue E-Marketing-Suite von Wilken.

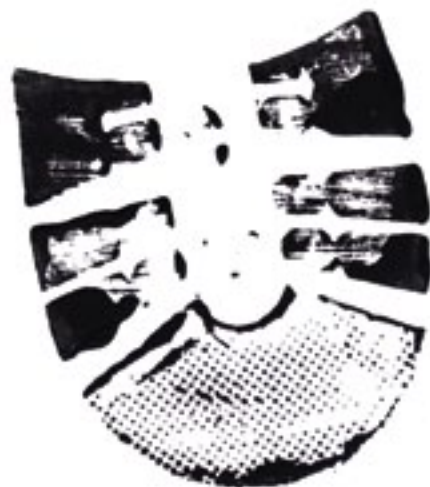
KUNDENAKQUISITION. KUNDENBINDUNG. VERTRIEBSPERFORMANCE.

„Die E-Marketing-Suite hat in den vergangenen beiden Jahren eine grundlegende Modernisierung erfahren. Das Tool wurde aus technologischer Sicht auf neue Beine gestellt, neue Module wurden entwickelt – und dies immer parallel zur ‚alten‘ Version. Das heißt: Unsere Kunden konnten laufend die neuen Module einsetzen und die noch nicht abgelösten Module in der ‚alten‘ Form nutzen.“

Davide Savoldelli, Wilken AG, Freidorf (TG)



Erfolgreiche Online-Kommunikation mit dem Newsletter muss zum richtigen Zeitpunkt, bezogen auf die Kundenaktivitäten und interessenbezogen sein. Nur so können zufriedenstellende Conversion-Rates erzielt werden. Grundlage für eine solche one-to-one-Kommunikation ist eine Software, die diese Aufgaben erfüllt. Wilken hat seine E-Marketing-Suite in der neusten Version zu einem echten 1:1-Marketing-Instrument ausgebaut. Damit kann im Rahmen eines umfassenden Kampagnenmanagements differenziert gesteuert werden, welcher Kunde welche Inhalte erhält.



Aktuelle Themen in der E-Marketing-Suite sind ein Social-Media-Cockpit zur Informationsaggregation ebenso wie eine B2B-Ausprägung der Adressdatenbank. Abgerundet werden diese Funktionen von einer Schnittstelle, die den Wilken E-Shop und die E-Marketing-Suite vereinen. So können zukünftig die Stärken eines Onlineshops und eines operativen CRM kombiniert werden und beispielsweise die Bestellbestätigungen direkt aus der E-Marketing-Suite versendet werden.“

Björn Reincke, Produktmanager
Wilken AG, Freidorf (TG)

Die E-Marketing-Suite bietet aber nicht nur die Möglichkeit, Massen-Mails einfach und automatisiert zu individualisieren. Das Werkzeug passt die Inhalte auch automatisch an, wenn sich Interessen ändern. Ruft der Adressat beispielsweise über einen definierten Zeitraum einen vorher gefragten Inhalt nicht mehr ab, wird dieser auch nicht mehr angeboten. Die E-Marketing-Suite ist damit eine der ersten Lösungen in diesem Bereich, die das 1:1-Marketing durch eine dynamische Profilbildung vollumfänglich unterstützt. Sie verfügt zudem über einen webbasierten WYSIWYG-Editor, mit dem sich die E-Mails grafisch unterstützt gestalten und über eine einfach zu bedienende Logik den verschiedenen Interessensprofilen der Kunden zuordnen lassen. „Wir zollen dem veränderten Medienkonsum der Kunden mit einer einfach zu bedienenden Lösung Rechnung. Mit der E-Marketing-Suite geben wir Unternehmen ein mächtiges Werkzeug in die Hand, das seine Praxistauglichkeit bereits in Branchen wie Handel oder Tourismus bewiesen hat. Damit verknüpfen wir das Potenzial der traditionellen Unternehmenskommunikation mit den modernen Informationsmöglichkeiten des Web 2.0“, beschreibt Folkert Wilken, Geschäftsführer der Wilken GmbH, die Vorteile. „Zudem unterstützen wir unsere Kunden in Zeiten steigenden Kostendrucks bei der Vermeidung von teuren Streuverlusten. Und die Kundenzufriedenheit steigt gleich mit, weil unerwünschte Ansprache reduziert wird.“

Basis der neuen Wilken E-Marketing-Suite ist die CRM-Adressverwaltung. Hier werden alle Adressen, Merkmale und Profile der Newsletter-Empfänger gespeichert und verwaltet. Ein umfangreiches Filterwesen ermöglicht die Selektion von passgenauen

Zielgruppen und Segmenten. Die Export- und Importfunktion erlaubt die automatische Bearbeitung von großen Datenmengen – auch aus anderen Datenbanken und Systemen heraus. Als Grundlage für die Individualisierung werden Verhaltensweisen des Kunden, z.B. sein Klickverhalten auf der Homepage oder seine Bestellungen und Anfragen, ausgewertet und daraus Interessensprofile abgeleitet. Auf diese Interessensprofile werden im integrierten Modul „Newsletterversand“, dem Herzstück der Anwendung, die thematischen Inhalte einer E-Mail ausgerichtet. Neben dem Inhalt einer E-Mail stellt auch der Versandzeitpunkt ein wichtiges Kriterium dar, um eine möglichst hohe Öffnungsrate zu erzielen. Der Kampagnenmanager erlaubt es, E-Mails zu bestimmten Zeitpunkten und damit gesteuert zu verschicken. Neben festen Terminen wie Jubiläen, Geburts- und Feiertage können dabei auch Trigger-gesteuerte Workflows etabliert werden, beispielsweise der automatische Versand einer Zufriedenheitsumfrage auf eine bestimmte Aktion hin oder eine Nachfrage nach den Gründen, sollte ein Kunde eine Bestellung abgebrochen haben.

DYNAMISCHE PROFILBILDUNG

Im Laufe der Zeit verändern sich unter Umständen die Interessen der Empfänger. Die dynamische Profilbildung passt sich an diese neuen Bedürfnisse der Newsletter-Adressaten an. Als Grundlage dafür wird beispielsweise das Klickverhalten im Newsletter, auf der Website oder das Bestellverhalten verwendet. Dadurch wird erreicht, dass die Interessenslage der potenziellen Kunden zu jedem Zeitpunkt des Lebenszyklus bekannt ist und berücksichtigt wird.

MODULAR AN INDIVIDUELLE ANFORDERUNGEN ANPASSBAR

Durch ihr Baukastenprinzip ist die auf Java basierende Wilken E-Marketing-Suite über verschiedene Module stufenweise erweiterbar und an die speziellen Anforderungen der Unternehmen anpassbar. Mit dem E-Mail-Modul kann beispielsweise auch das Feedback von Kunden zeitnah bearbeitet werden. Hierzu werden eingehende E-Mails wie z.B. Anfragen, Antworten, Beschwerden etc. entsprechend ihrer Schlagwörter automatisch an spezifische Sachbearbeiter oder spezielle Mailkonten zugewiesen. Der Sachbearbeiter erhält bei der Bearbeitung vorausgewählte Textbausteine (mit Relevanz zum Inhalt und zur Sprache), um die E-Mails schneller beantworten zu können. Mit dem Post-Modul lassen sich die postalischen Adressen auf ihre Korrektheit überprüfen. Die Lösung ergänzt bzw. korrigiert die Datensätze selbstständig. Somit können beim Versand Porto- und Druckkosten eingespart werden. Das integrierte Umfragemodul erlaubt die Durchführung von Umfragen und die Auswertung der Ergebnisse. Diese Umfrageergebnisse können dahingehend genutzt werden, um weitere spezialisierte Kampagnen zu starten bzw. wiederkehrende zu optimieren. Der Daten-Connector erlaubt die Anbindung von verschiedenen Satelliten-Systemen wie z.B. einem Onlineshop, einem Dokumentenmanagement- oder ERP-System, einer Call-Center-Software oder einer Buchungsplattform. Für ein überprüfbares Marketing stellen aussagefähige Berichte mit strategisch relevanten Informationen die Basis dar. Die im Report-Modul integrierten Analysen informieren über alle wichtigen Kennzahlen und erlauben somit eine bessere Feinabstimmung geplanter Versendungen.