

Pressemitteilung

DataLab. GmbH führt innovativen Service für professionelles Kampagnenmanagement ein

Düsseldorf, 12. August 2016. Mit DataLab Campaign Service hat der Customer Equity Spezialist eine neue Full-Service-Lösung für professionelles Kampagnenmanagement entwickelt. Diese schafft eine effektivere und effizientere Endkundenkommunikation über alle Kanäle, Zielgruppen und Angebote. Die daraus resultierenden Ergebnisse führen zu einer ständigen Optimierung von Kampagnen, wodurch Kosten reduziert und Endkunden noch individueller bedient werden können.

DataLab Campaign Service umfasst sämtliche operative Schritte von der Kampagnen-Planung über die Konzeption und Durchführung bis zur Analyse der Ergebnisse, die als Learnings in die Optimierung zukünftiger Kampagnen einfließen. Dabei werden alle üblichen Kampagnenarten bespielt – produkt- oder eventbezogene Angebots-Kampagnen ebenso wie automatisierte, verhaltens- oder wertgesteuerte Trigger-Kampagnen oder Programm-Kommunikation. Darüber hinaus kommen alle relevanten Kanäle Multi-Channel zum Einsatz.

Damit der Auftraggeber die volle Kontrolle über die Kontakte und Anstoßrichtung seiner Kunden behält, werden an den Entscheidungspunkten Abstimmungs- und Freigabeprozesse definiert, sowie ein aussagekräftiges Reporting erstellt. So entsteht über alle Kampagnen, Zielgruppen und Kanäle eine 360°-Sicht auf Kommunikation, Kunden und Kosten. „Mit DataLab Campaign Service verbinden wir unser profundes Know-how im Bereich Kundenbindung mit unseren langjährigen Erfahrungen im Aufbau und Betrieb von Kampagnenmanagement zu einer einmaligen Service-Lösung“, so Maximilian Graf Stolberg, Geschäftsführer der DataLab. GmbH.

DataLab Campaign Service bringt weitere Vorteile: Professionelle Kampagnen können schnell gestartet und das Wissen aus Kundenbindungsaktivitäten in maßgeschneiderte Angebote umgesetzt werden. Davon profitieren auch die Endkunden, die sich über Angebote und Inhalte freuen können, die sie wirklich interessieren – so entsteht erfolgreiche Kommunikation. Graf Stolberg: „Unser Ziel ist es, den Customer Equity, also die Summe aller Kundenwerte, für unsere Kunden zu steigern und zu realisieren. Mit DataLab Campaign Service bieten wir eine Lösung, mit der unsere Kunden dieses Ziel erreichen können.“

Auch auf der Kostenseite lohnt sich DataLab Campaign Service. Investitionen in Headcount und Tools fallen weg, stattdessen bringt ein flexibles Abrechnungsmodell variabel angepasste Kosten und Unabhängigkeit von Auslastungsschwankungen. Auch standardisierte und optimierte Prozesse seitens DataLab sorgen dafür, dass dieser Kampagnen-Management-Service im Vergleich zu einem eigenen Kampagnenbereich die günstigere Alternative oder auch Ergänzung ist.

Der Customer Equity Experte bedient mit DataLab Campaign Service den wachsenden Bedarf im Markt: In nahezu allen Branchen werden derzeit Stand-alone- oder Multipartner-Kundenbindungsprogramme auf- oder ausgebaut. Die vordergründigen Ziele liegen auf der Hand. Unternehmen wollen ihre Kunden kennenlernen, ihre Transaktionen zuordnen und danach über Analysen ihr Verhalten verstehen. Hintergründig geht es jedoch um harte, betriebswirtschaftliche Ziele: Will man die Loyalität der Kunden erhöhen, geht dies einher mit der Ausweitung der Warenkörbe und der Erhöhung der Kauffrequenz, so dass die Unternehmen letztendlich ihren Umsatz und Gewinn steigern können.

Der Aufbau eines professionellen Kampagnenmanagements ist für viele Unternehmen jedoch ein schwieriger Schritt, da er mit langfristigen Entscheidungen und umfangreichen Investitionen verbunden ist. Neue Mitarbeiter mit explizitem Fachwissen müssen eingestellt und ein Tool für die Datenselektion und Durchführung der Kampagnen gekauft und in die bestehende IT-Landschaft integriert werden. Diese Herausforderungen lassen manches Unternehmen bei der Professionalisierung des Kampagnenmanagements zögern, obwohl sie dringend ihre Investitionen in Kundenbindung monetarisieren müssen. Vor dieser Problematik stellt DataLab Campaign Service eine effiziente Lösung für ein wirkungsvolles, intelligentes Kampagnenmanagement dar.

DataLab ist eines der führenden Unternehmen für Customer Equity im deutschsprachigen Raum. Das Unternehmensziel ist die messbare Steigerung des Customer Value in B2C-Märkten. Als Loyalty- und Customer Analytics-Experte bündelt der Dienstleister profunde Kompetenzen in den Bereichen Kundendatenanalyse, Direktmarketing sowie Kundenbindungsprogramme und treibt die Optimierung der Sortiments- und Preisgestaltung voran. Zu den Auftraggebern der DataLab. GmbH zählen namhafte, teils international aufgestellte Unternehmen. Derzeit sind in der Düsseldorfer Zentrale 50 Mitarbeiter beschäftigt.

Pressekontakt:

Eva Vollmer

Telefon: 0211/417 419 6716

Fax: 0211/417 419 671

E-Mail: evollmer@datalab-crm.de