

PRESSEMITTEILUNG

FÜNF HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS CRM IN 2016

DIGITALISIERTE KUNDENDATEN FÜR INDIVIDUELLE KOMMUNIKATION NUTZEN

Frankfurt, 4. Januar 2016 – Gut gepflegte Kundendaten sind die Voraussetzung für eine personalisierte Kommunikation auf allen Online- und Offlinekanälen. Die meisten Unternehmen behandeln das CRM-System als zentralen Datenspeicher für ihre Kundendaten wie Kontaktdaten oder Angaben zu Transaktionen. Doch aus Daten allein entsteht noch keine individuelle Kundenansprache. Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer der rabbit eMarketing GmbH, nennt fünf zentrale Herausforderungen, die Unternehmen für eine CRM-gestützte Kommunikation in 2016 meistern müssen.

Herausforderung Nummer 1: Der Faktor Mensch

Vor allem in B2B-Unternehmen ist der Vertriebsmitarbeiter der bedeutendste Kommunikationskanal im Außendienst. Die im Kundengespräch gesammelten Informationen müssen entweder manuell in das CRM-System eingepflegt werden oder gelangen über eine mobile Anwendung direkt in die Datenbank. Voraussetzung dafür sind geschulte Mitarbeiter, die wissen, welche Daten für die weitere Kommunikation unbedingt erfasst werden müssen.

Herausforderung Nummer 2: Strukturierte Daten

Häufig wird der bloße Besitz von Kundendaten mit Wissen über den Kunden verwechselt. Entscheidend ist, die Daten aus verschiedenen Quellen so zu speichern und verfügbar zu machen, dass automatisiert damit gearbeitet und aus den Daten die richtigen Schlüsse gezogen werden können.

Herausforderung Nummer 3: Eigene Daten

Statt auf fremde Daten (Third-Party-Data) zu setzen, empfiehlt es sich vor allem jene Kommunikationskanäle zu nutzen, bei denen Unternehmen die gewonnenen Daten selbst behalten und weiterverwenden dürfen, beispielsweise aus dem E-Mail-Marketing oder aus der Website-Analyse. Damit gewinnen Firmen zwei Dinge: den direkten Zugang zum Kunden sowie Daten über Interessen und Präferenzen, zum Beispiel zum Kauf- und Surfverhalten. Daraus lassen sich wertvolle Erkenntnisse für eine individuelle Kommunikation ziehen.

Herausforderung Nummer 4: Kommunikationsmaßnahmen

Aus den datenbasierten Erkenntnissen müssen im nächsten Schritt Kommunikationsmaßnahmen abgeleitet und angestoßen werden. Wer im datengetriebenen Marketing und Vertrieb erfolgreich sein will, dem muss es gelingen, nicht nur Daten zu sammeln und aufzubauen, sondern diese Daten durch Maßnahmen weiter zu raffinieren.

Herausforderung Nummer 5: Systemintegration

Das CRM-System muss mit der restlichen Dateninfrastruktur verknüpft und an ein Kampagnenmanagementtool oder Ähnliches angeschlossen werden. Dank Marketing-Automation wird auf diese Weise gesteuert, welcher Kunde wann und wie oft, auf welchem Kanal welchen Content erhält.

Digitalexperte Nikolaus von Graeve: „Die Digitalisierung bringt neue Vertriebs- und Kommunikationskanäle hervor, was wiederum zu mehr Touchpoints mit dem Kunden führt. Eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden ist jedoch nicht von heute auf morgen möglich. Unternehmen sollten sich

zunächst akute, mittel- und langfristige Kommunikationsziele setzen, sich die vorhandene technische Infrastruktur sowie ihre Daten ansehen und erst dann mit der Strategieentwicklung für eine One-to-One-Multichannel-Kommunikation beginnen.“

Bildmaterial:



Visual: Handlungsfeld Daten für One-to-One-Multichannel-Kommunikation

Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer der rabbit eMarketing GmbH

Über rabbit eMarketing:

rabbit eMarketing ist die führende One-to-One-Multichannel-Agentur im deutschsprachigen Raum. Ihr Credo: Eine Werbebotschaft, die individuell auf den Empfänger abgestimmt ist und zum passenden Zeitpunkt über den richtigen Kanal kommuniziert wird, führt zum Erfolg. Dafür entwickelt ein 80-köpfiges Expertenteam Daten- und Content-Strategien, erstellt Kreativkonzepte, wählt passende Technologien aus und kümmert sich um die komplette Umsetzung der One-to-One-Multichannel-Kommunikation. rabbit eMarketing wurde 2004 gegründet und gehört zu den Pionieren des E-Mail-Marketings. Referenzkunden sind unter anderem Epson, Commerzbank AG, ING-DiBa und Caparol. www.rabbit-emarketing.de

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++

PR & Marketing für die digitale Welt

Telefon: +49 40 32 90 47 38 0

E-Mail: rabbit-emarketing@frauwenk.de