



Effizientes E-Mail Marketing

– Bestehende Ressourcen und Systeme optimal nutzen –

Die Herausforderungen

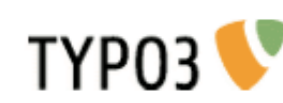
- ▶ Bestehende Ressourcen optimal nutzen
- ▶ Personalisierung und Zielgenauigkeit der Ansprache
- ▶ Kosten und Abhängigkeiten minimieren
- ▶ Exakte Erfolgsmessung (newsletter- und nutzerbezogen)
- ▶ Datengewinnung und dauerhafte Kundenbindung

1. Bestehende Ressourcen optimal nutzen

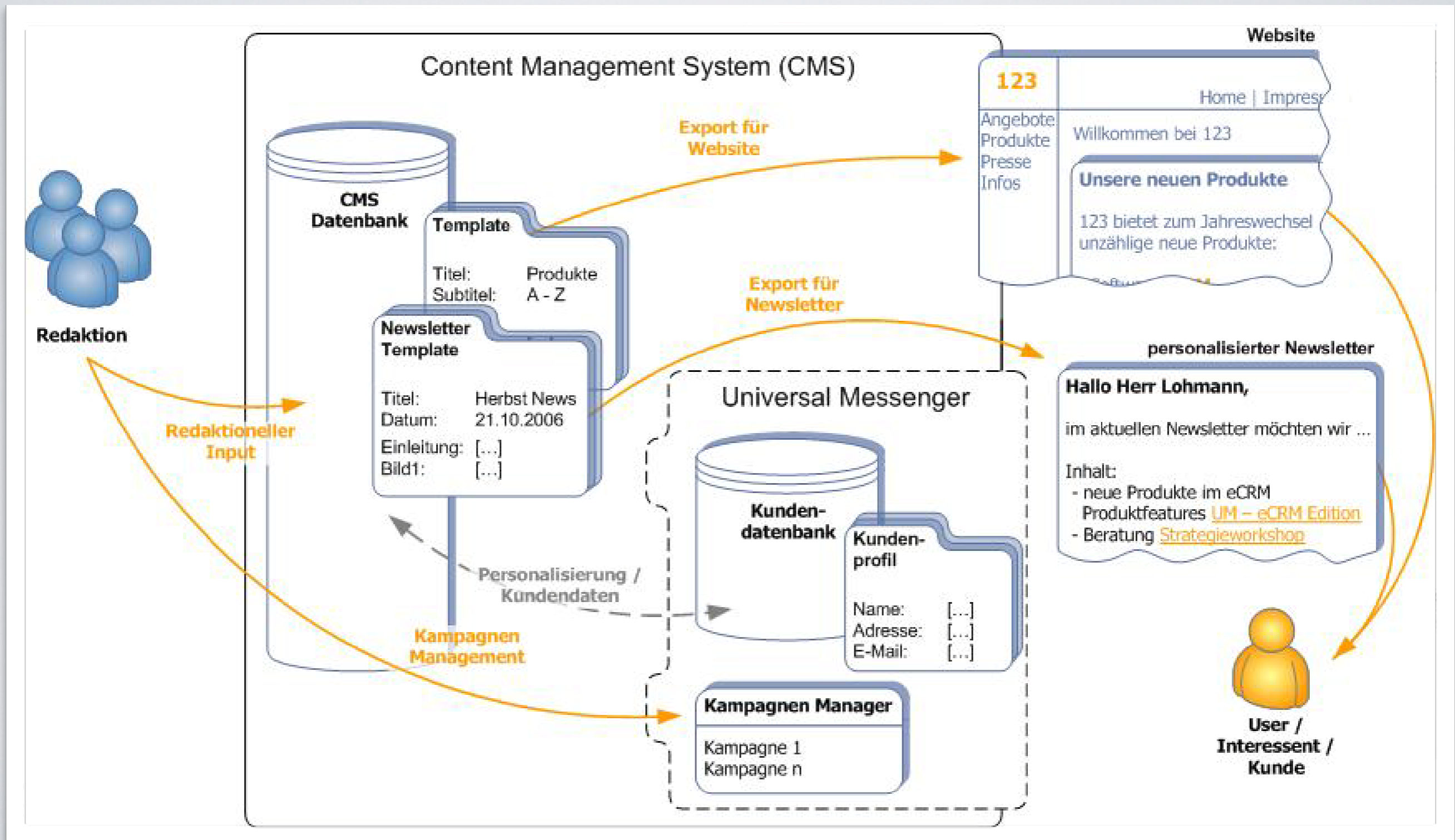
- ▶ Redaktionssysteme (CMS)
 - ▶ Beibehaltung bestehender Prozesse und Workflows
 - ▶ Wiederverwendung von Inhalten



Auswahl unterstützter
Content Management Systeme

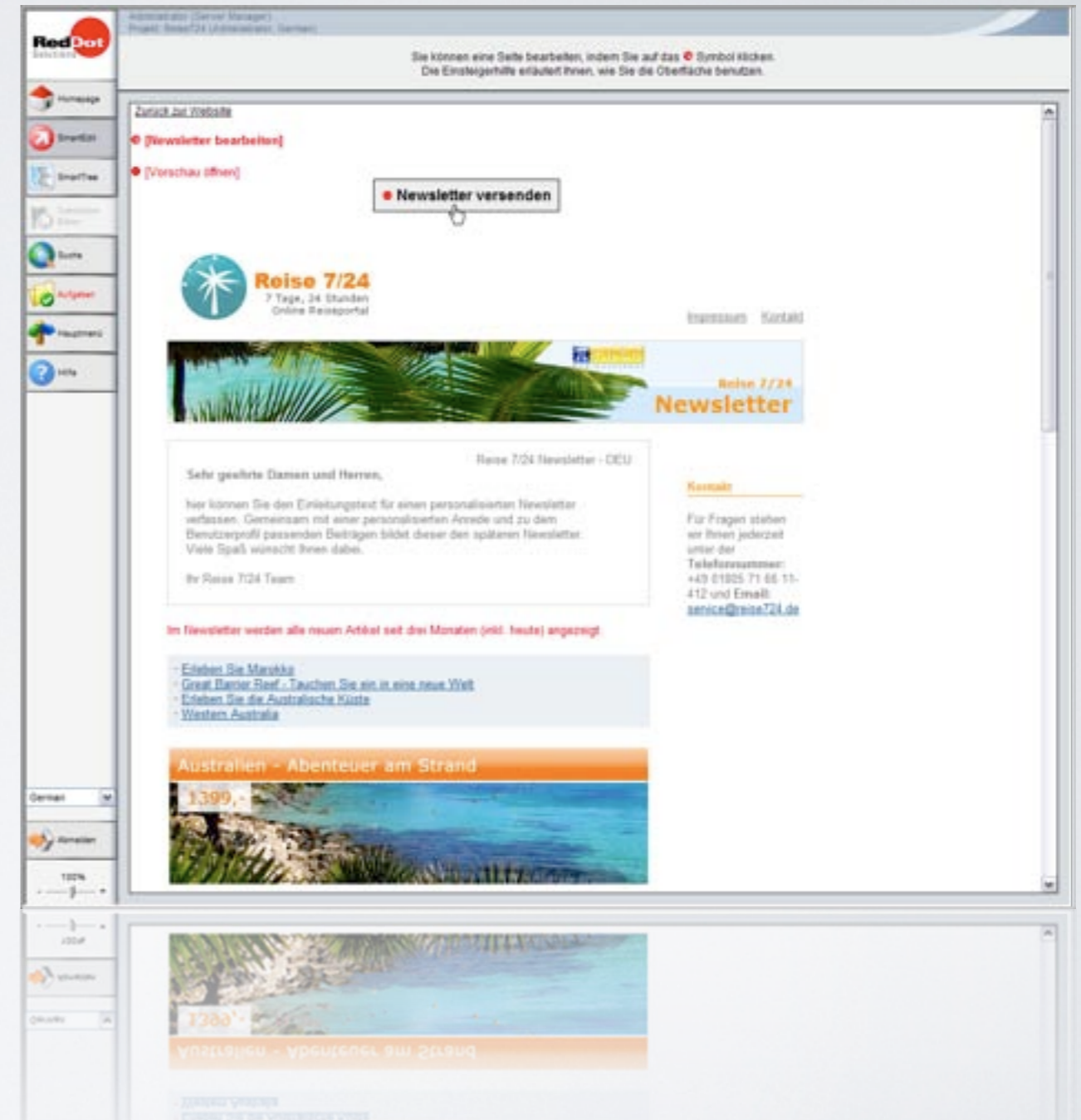


1. Bestehende Ressourcen optimal nutzen

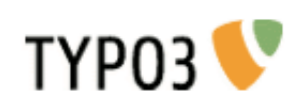


1. Bestehende Ressourcen optimal nutzen

- ▶ Redaktionssysteme (CMS)
 - ▶ Beibehaltung bestehender Prozesse und Workflows
 - ▶ Wiederverwendung von Inhalten
- ▶ Produktdatenbanken, CRM und ERP Systeme
- ▶ Direkte Einbindung von Produkten
- ▶ Schnittstellen zu bestehenden Kundendatenbanken
- ▶ Synchrone oder asynchrone Schnittstellen

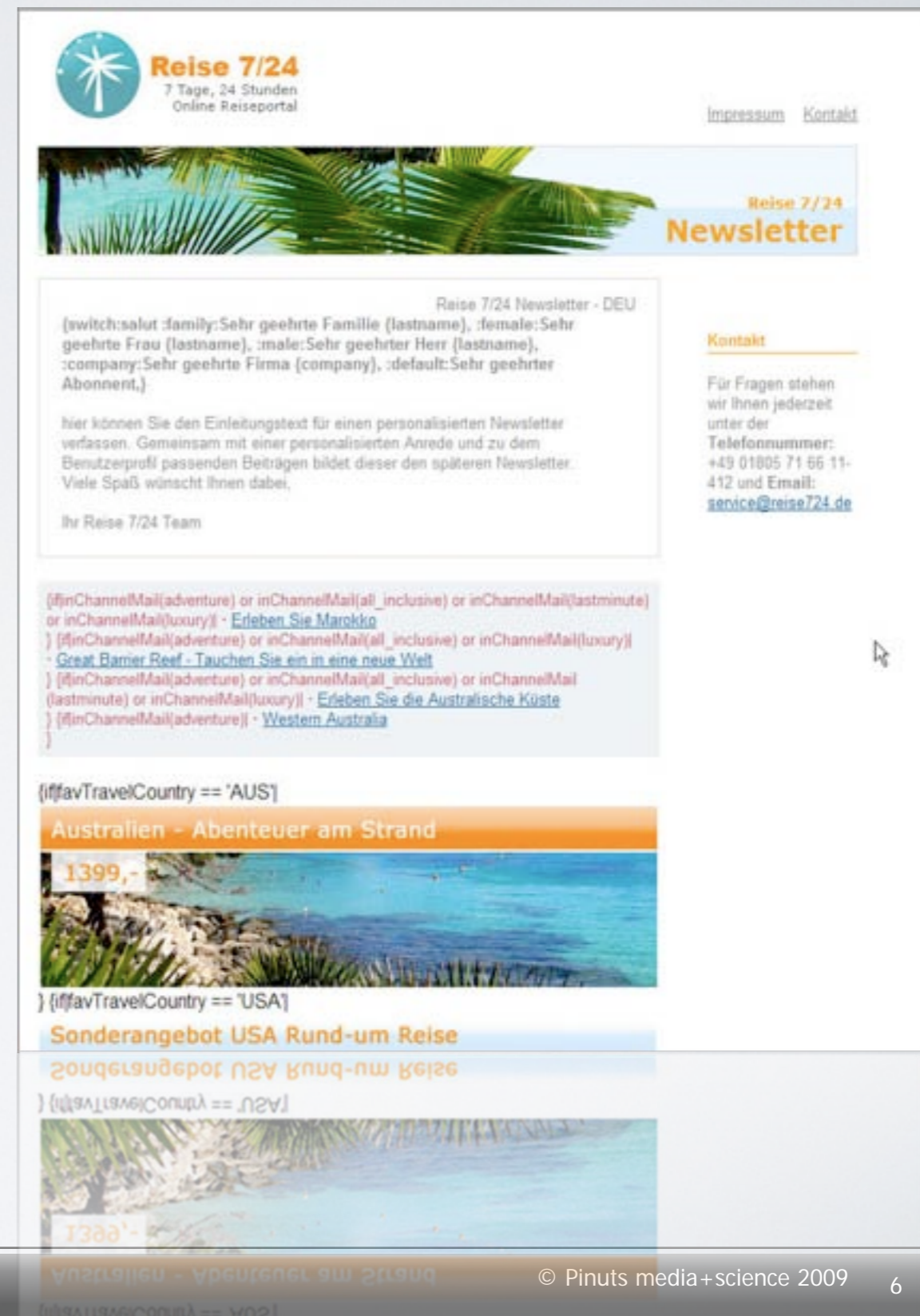


Auswahl unterstützter
Content Management Systeme



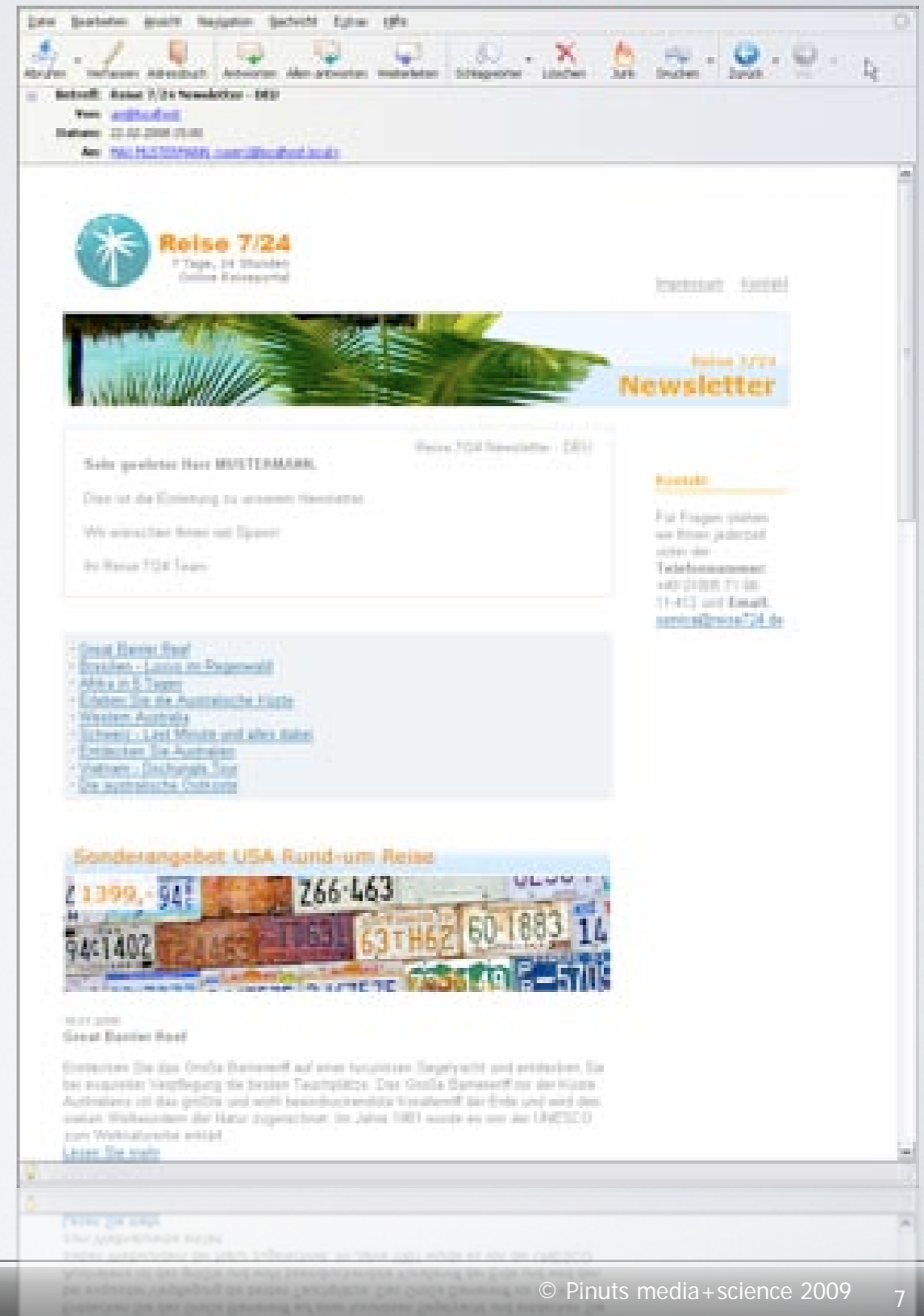
2. Personalisierung und zielgenaue Ansprache

- ▶ Öffnungs- und Klickraten steigen mit dem Grad der Personalisierung
- ▶ Personalisierung sollte umfassen:
 - ▶ Segment und Anrede
 - ▶ Inhalte, Artikel und Angebote oder Produkte



2. Personalisierung und zielgenaue Ansprache

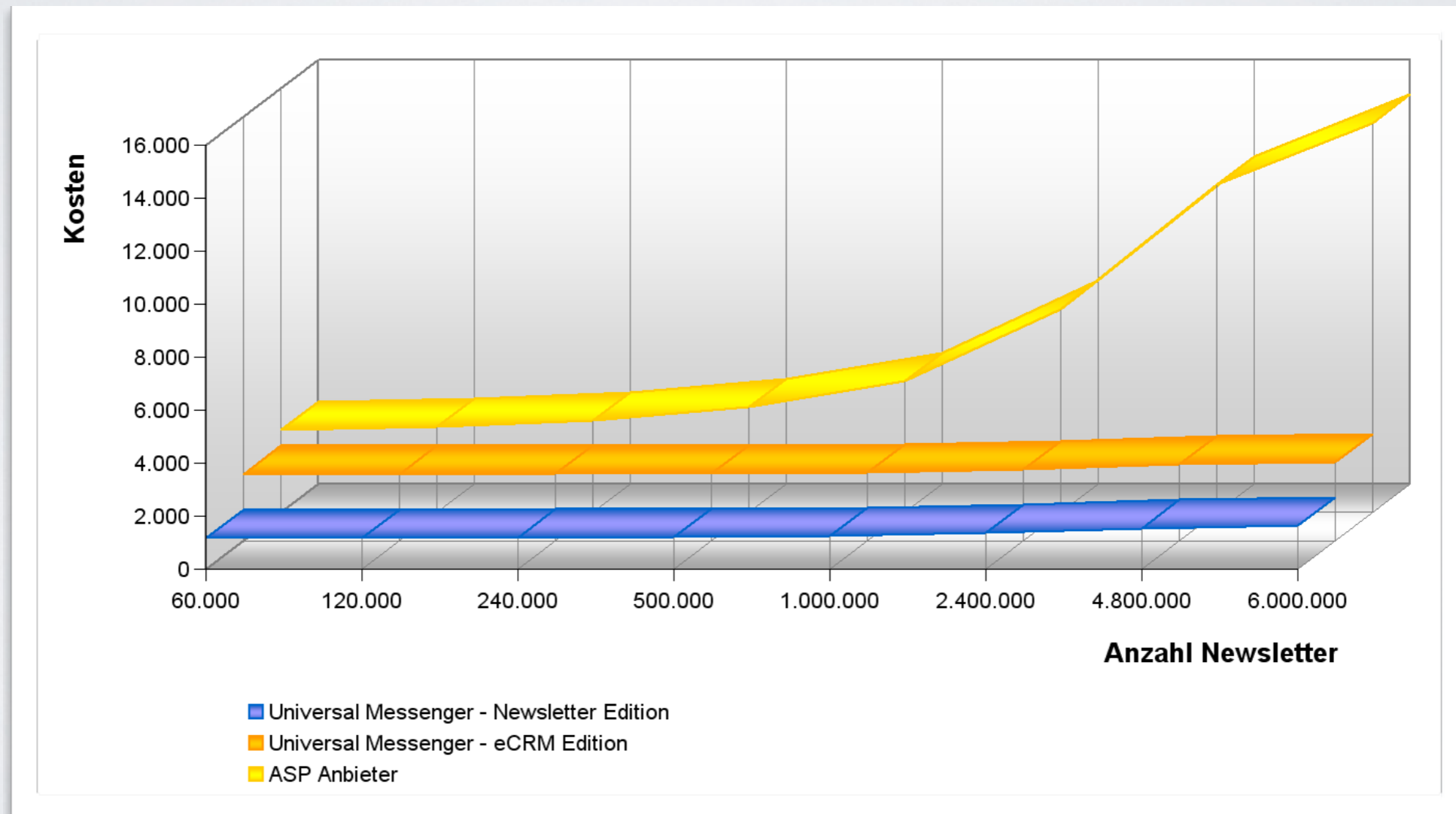
- ▶ Öffnungs- und Klickraten steigen mit dem Grad der Personalisierung
- ▶ Personalisierung sollte umfassen:
 - ▶ Segment und Anrede
 - ▶ Inhalte, Artikel und Angebote oder Produkte
- ▶ Ziel ist die Erreichung eines 1:1 Marketing
 - ▶ Ein redaktionell erstellter Newsletter, der sich individuell an die Interessen des einzelnen Abonnenten anpasst.



3. Kosten und Abhängigkeiten minimieren

▶ Zukunfts- und investitionssicher

▶ Der Verzicht auf einen externen Dienstleister schafft auch bei sich ändernden Versandvolumen Kostensicherheit.



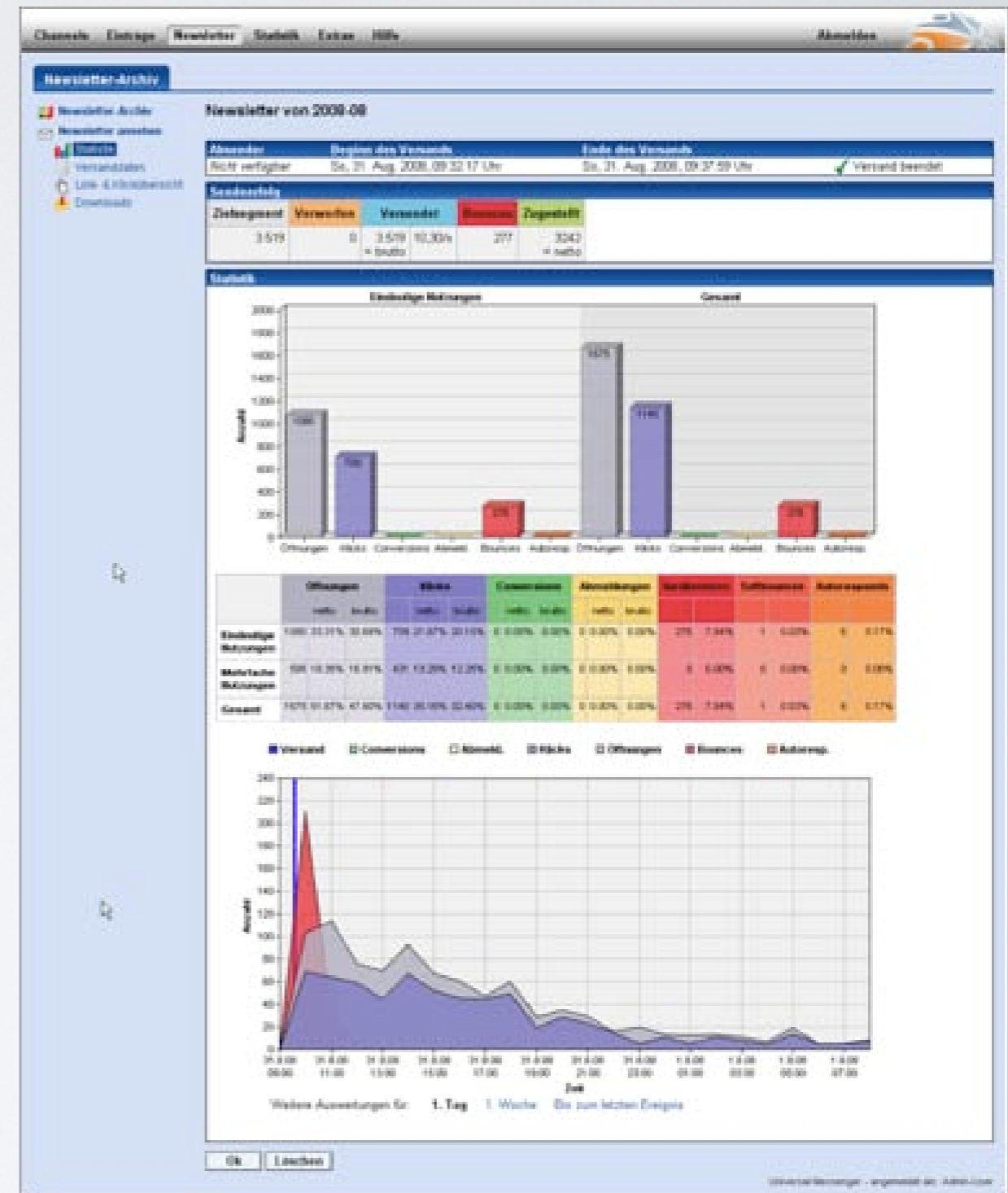
3. Kosten und Abhängigkeiten minimieren

- ▶ Zukunfts- und investitionssicher
 - ▶ Der Verzicht auf einen externen Dienstleister schafft auch bei sich ändernden Versandvolumen Kostensicherheit.

- ▶ Sichere Datenhaltung
 - ▶ Eine eigene Datenhaltung sorgt für Sicherheit und erlaubt auch einen Einsatz im Intranet oder mit besonders sensiblen Daten.

4. Exakte Erfolgsmessung (newsletter- und nutzerbezogen)

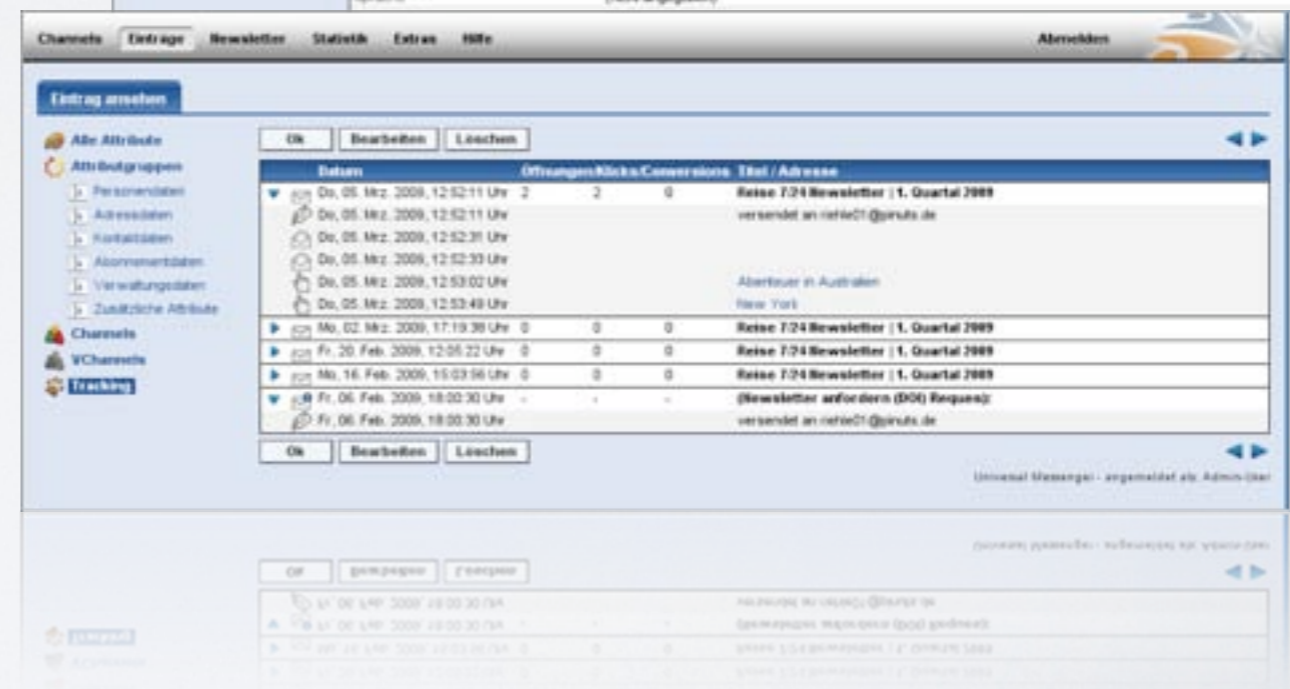
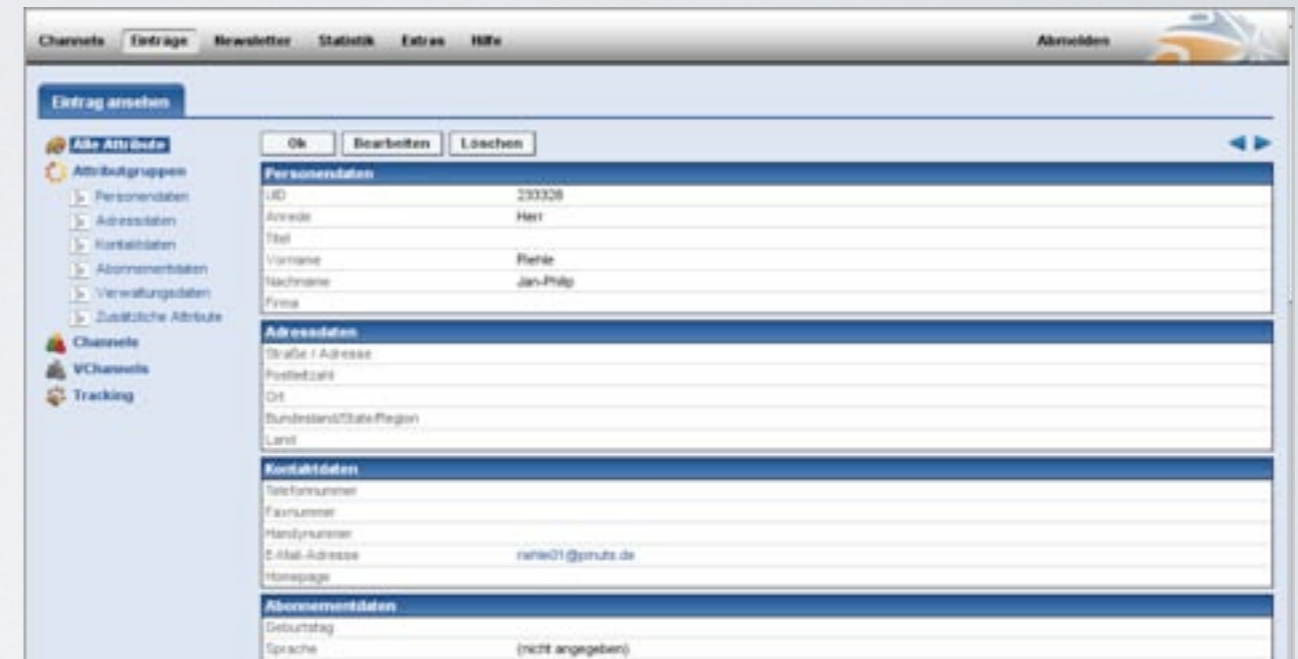
- ▶ Newsletter-Controlling
- ▶ Öffnungs- und Klickraten
- ▶ Conversion-Tracking
- ▶ Bounce-Management



4. Exakte Erfolgsmessung (newsletter- und nutzerbezogen)

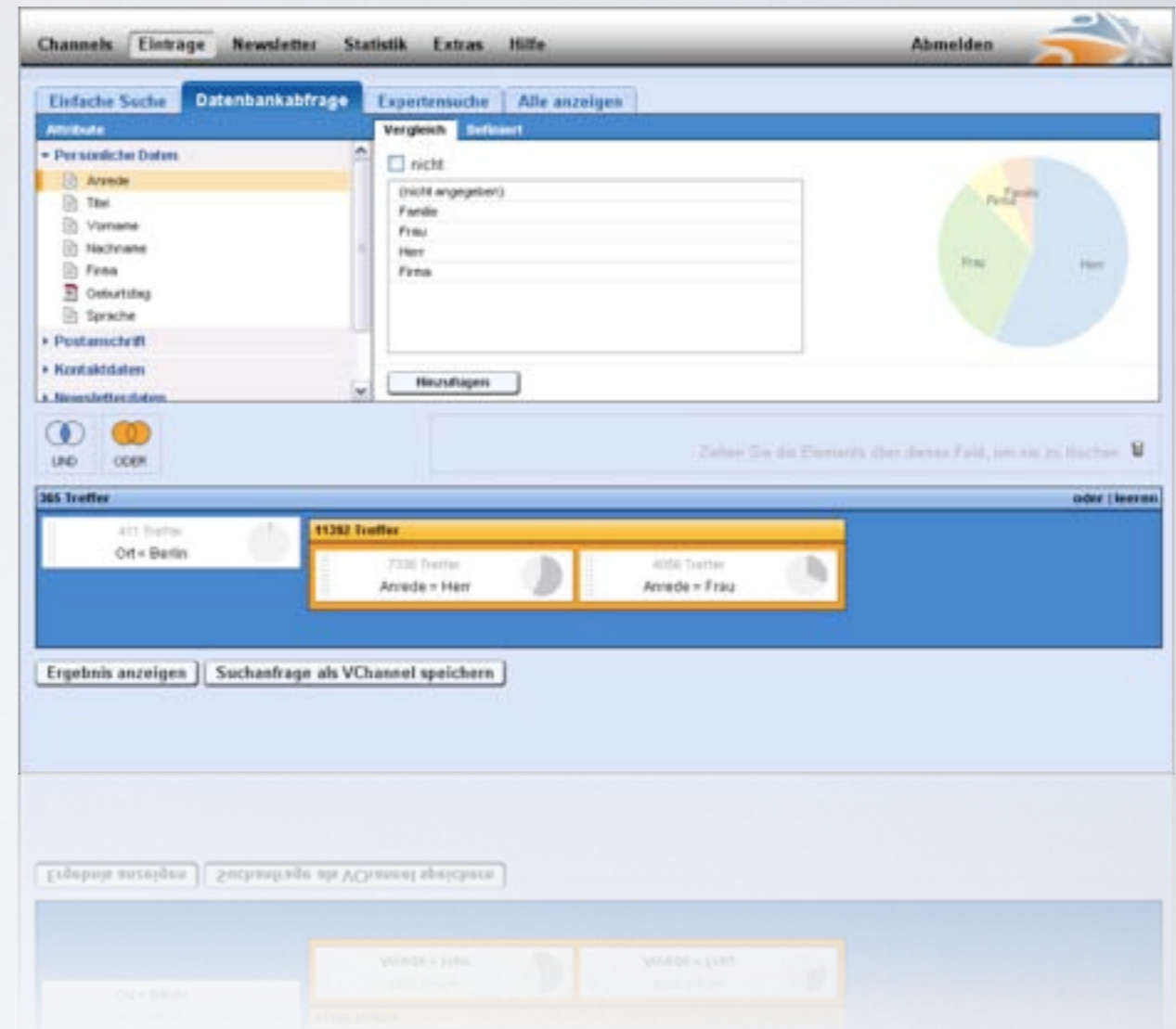
- ▶ Newsletter-Controlling
 - ▶ Öffnungs- und Klickraten
 - ▶ Conversion-Tracking
 - ▶ Bounce-Management
 - ▶ Segmentierung nach Nutzungsverhalten

- ▶ Benutzerverhalten
 - ▶ Benutzerbezogene Erfassung des Öffnungs- und Klickverhaltens
 - ▶ Erfassung sämtlicher Daten im zeitlichen Ablauf



5. Datengewinnung und dauerhafte Kundenbindung

- ▶ Kampagnenmanagement
 - ▶ Umfassende Datenbank zur Erfassung beliebiger Informationen je Abonnenten oder Nutzer
 - ▶ Segmentierungsinstrumente zur Erstellung von mehrstufigen Kampagnen

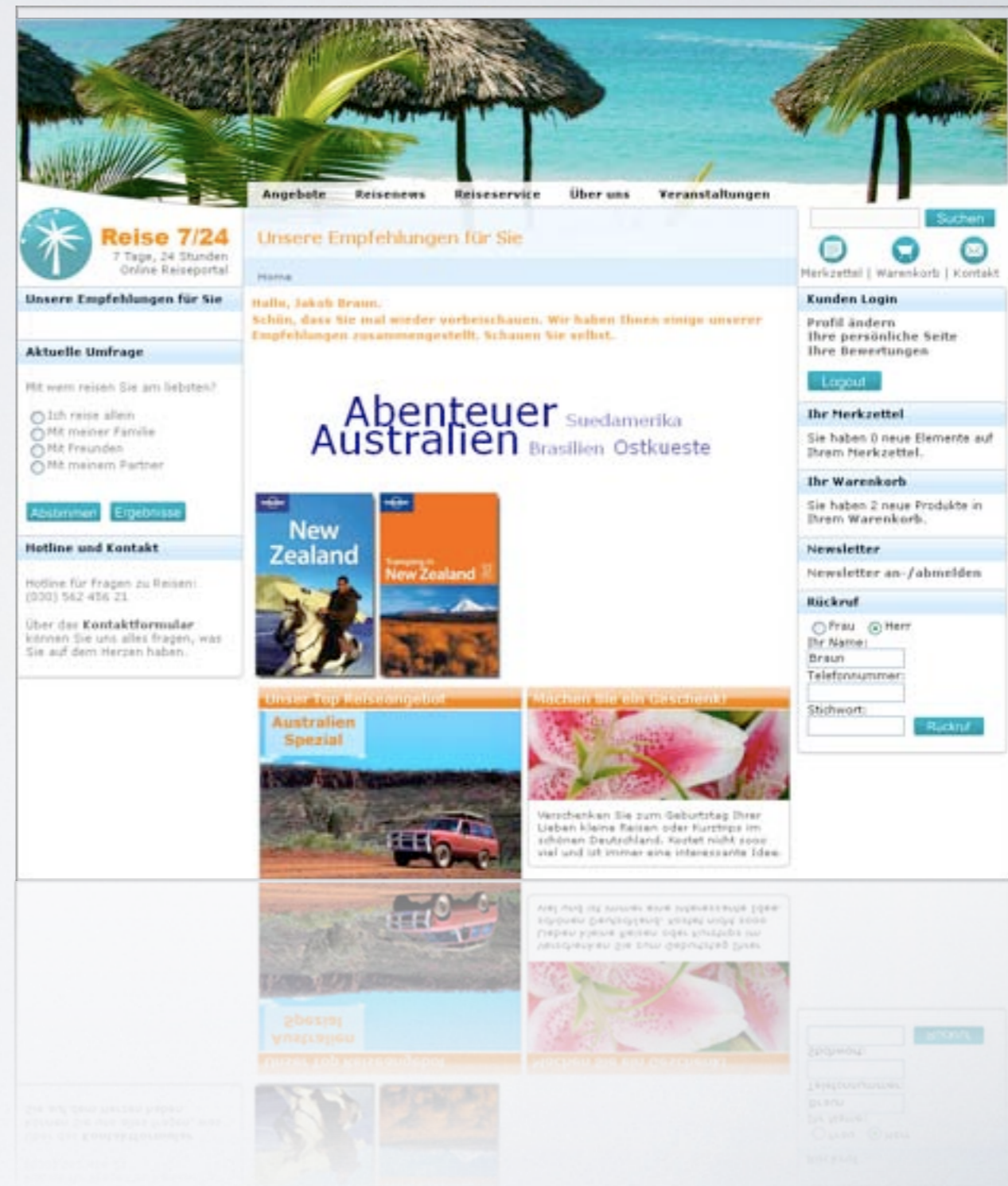


The screenshot shows a web-based database management interface. At the top, there are navigation tabs: 'Channels', 'Einträge', 'Newsletter', 'Statistik', 'Extras', 'Hilfe', and 'Abmelden'. Below this, there are search options: 'Einfache Suche', 'Datenbankabfrage' (selected), 'Expertensuche', and 'Alle anzeigen'. A left sidebar lists attributes under categories like 'Persönlicher Daten', 'Postanschrift', 'Kontakt Daten', and 'Newsletterdaten'. The main area has a 'Vergleich' section with a 'Beantwortet' checkbox and a list of gender options: 'nicht', '(nicht angegeben)', 'Frau', 'Herr', 'Firma'. A pie chart on the right shows the distribution of these categories. Below the search area, there are buttons for 'UND' and 'ODER'. The results section shows '365 Treffer' and a detailed breakdown: '411 Treffer Ort = Berlin', '11282 Treffer Arvade = Herr', and '4026 Treffer Arvade = Frau'. At the bottom, there are buttons for 'Ergebnis anzeigen' and 'Suchanfrage als VChannel speichern'.

5. Datengewinnung und dauerhafte Kundenbindung

- ▶ Kampagnenmanagement
 - ▶ Umfassende Datenbank zur Erfassung beliebiger Informationen je Abonnenten oder Nutzer
 - ▶ Segmentierungsinstrumente zur Erstellung von mehrstufigen Kampagnen

- ▶ Behavioral Targeting
 - ▶ Erfassung und Ausgabe aller Daten auch auf Webseiten möglich
 - ▶ Einstieg in ein umfassendes eCRM



Fazit und Zusammenfassung

- ▶ Warum E-Mail Marketing und eCRM?
 - ▶ 1:1 Marketing ist ein zentrales Instrument zur langfristigen Kundenbindung
 - ▶ Erhöhung der Kundenorientierung schafft Wettbewerbsvorteile
 - ▶ Effiziente und effektive Kommunikation durch umfassendes Kampagnenmanagement
- ▶ Unsere Empfehlung – Universal Messenger
 - ▶ Modular aufgebaut - beliebig erweiterbar
 - ▶ Ganzheitliche Lösung - Multichannel Architektur
 - ▶ Offene Schnittstellen - hohe Integrationsfähigkeit
 - ▶ Geringe Folgekosten, eigene Datenhaltung - kein ASP



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

▶ Ihr Referent:

Jan-Philip Riehle
Strategic Marketing Manager
riehle@pinuts.de

▶ Kontakt zu uns:

Pinuts media+science Multimedia-Agentur GmbH
Charlottenstraße 18, 10117 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 59.30.90.3-0

www.pinuts.de