# Zielgruppenspezifischeres Marketing, Verdoppelung der E-Mail-Aussendungen und Optimierung des Zeitaufwands dank Automatisierung mit der Salesforce Marketing Cloud

**Branche:**
Verlage und Medien

**Kerngeschäft:**
Mediengruppe aus Print, Online- und Web-Services

**Standorte:**
Osnabrück

Vom traditionellen Verlagshaus zum modernen Medienunternehmen: Rund 50 Jahre nachdem aus der Neuen Tagespost und dem Osnabrücker Tageblatt die Neue Osnabrücker Zeitung wurde, gehört NOZ MEDIEN heute zu den größten Zeitungsverlagsgruppen Deutschlands. NOZ MEDIEN beschäftigt gemeinsam mit der kürzlich erworbenen mh:n Gruppe insgesamt mehr als 3000 Mitarbeiter in Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern.

Das wirtschaftliche Rückgrat bilden 42 Tageszeitungstitel mit einer Gesamtauflage von 460.000 Exemplaren und 55.000 Digitalabonnenten sowie mehr als 40 Anzeigenblätter mit einer Auflage von rund vier Millionen. Daneben bietet NOZ MEDIEN eine Vielzahl an Dienstleistungen - von Vermarktung über IT bis hin zum Online-Pferdemarkt sowie Druck, Versand und Zustellung.

Für eine effizientere Vermarktung ihrer Produkte im Abonnenten-Bereich wurde für die Neue Osnabrücker Zeitung ein Marketing-Tool gesucht, welches das Vertriebsmarketing in die Lage versetzen sollte, zielgruppenspezifische, individualisierbare und automatisierte Kampagnen zu planen und auszuspielen

Mit der Marketing Cloud von Salesforce konnten diese Voraussetzungen erfüllt werden.

Durch eine einheitliche Datenbasis, E-Mail-Templates und automatisierte Customer Journeys konnte das Vertriebsmarketing die Menge der ausgesendeten E-Mails verdoppeln und dabei sicherstellen, dass relevante Informationen zum richtigen Zeitpunkt an die gewünschte Zielgruppe versendet werden.

Und das in der Hälfte der Zeit, die solche Kampagnen vorher in Anspruch genommen haben.

*„factory42 hat sich als zuverlässiger Partner mit exzellenter Projektmanagement-Kompetenz und großer Salesforce Marketing Cloud-Expertise erwiesen.“*

*Sören Gödde, Leitung Projektmanagement Basecom/NOZ MEDIEN, Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG*

## Automatisierung des Vertriebsmarketings

Das NOZ MEDIEN Vertriebsmarketing wollte im Rahmen der Abonnenten-Betreuung ein einheitliches System für die effizientere Vermarktung ihrer Abonnements aufsetzen. Zielgruppenspezifischeres Marketing und individualisierbare Kundenkontaktstrecken standen im Fokus.

Die gesamten Abläufe im Vertriebsmarketing sollten automatisiert, Planung und Durchführung verbessert werden.

Insbesondere ging es um die Vereinfachung der internen Abläufe und mehr Flexibilität. Das Vertriebsmarketing sollte in die Lage versetzt werden, auf Anlässe oder besondere Aktionen direkt reagieren zu können.

Bisher lief die Erstellung der E-Mails über eine Inhouse Online-Agentur, so dass für jede geplante Kampagne mehrere Loops für die Erstellung der Kommunikation notwendig waren. Kurzfristige Aktionen waren so nicht möglich.

Außerdem lagen die Empfänger-Daten – inklusive Informationen über Opt-Outs - in verschiedenen Systemen verteilt und mussten jedes Mal manuell in das E-Mail-Versandsystem überführt werden. Ein sehr zeit- und arbeitsaufwändiges Verfahren.

## Mit Salesforce zu mehr Effizienz

Die NOZ MEDIEN entschied sich für die Einführung der Salesforce Marketing Cloud als zentrales Tool für den B2C-Abonnenten Bereich.

Nachdem bereits im B2B-Anzeigen-Kunden-Bereich die Sales Cloud mit Erfolg eingeführt wurde, lag eine Entscheidung für eine weitere Lösung aus dem Hause Salesforce nahe. Insbesondere die Skalierbarkeit der Lösung sowie die Ausbaufähigkeit mit zusätzlichen Modulen waren ausschlaggebende Kriterien für die Wahl.

Ein weiterer elementarer Punkt für die Entscheidung war der integrierte Journey Builder mit dem Kontaktstrecken geplant, aufgesetzt und automatisiert ausgeführt werden können.

Hinzu kommt, dass Überlegungen bestehen, zukünftig weitere Business Units in die Marketing Cloud zu integrieren und ggf. auch irgendwann eine Cross Cloud Integration zwischen der Sales (B2B) und Marketing (B2C) Cloud zu schaffen.

Mit der Entscheidung für die Salesforce Lösung werden solche Pläne in Zukunft wesentlich einfacher durchführbar sein.

## Mehr Unabhängigkeit und Flexibilität

Mit Unterstützung von factory42 wurde die Marketing Cloud implementiert und E-Mail-Templates für die spätere Kommunikation im CI der NOZ MEDIEN erstellt.

Das Vertriebsmarketing kann die Templates eigenständig und nach Bedarf mit den gewünschten Inhalten befüllen und die Kampagnen unabhängig aufsetzen und steuern. Eine Zwischenschaltung der Inhouse-Agentur ist nicht mehr notwendig.

## Die erste automatisierte Customer Journey

Ebenfalls gemeinsam mit factory42 wurde dann die erste Customer Journey erarbeitet und aufgesetzt:

Zielgruppe waren sogenannte „Bundle“-Kunden, also Kunden, die ein Digitalabonnement in Kombination mit dem Erhalt eines Tablets abgeschlossen hatten. Die

„Bundle-Kunden“ waren sowohl Print-Abonnenten als auch DigitalOnly-Abonnenten.

Hierzu wurden zunächst die Kriterien erarbeitet, nach der die Auswahl der passenden Kunden im System erfolgen sollte. Dies waren eine bestimmte Restlaufzeit des Abos, gültiges Opt-In sowie Abostatus-Daten (PrintKombi- oder DigitalOnly-Abo, Studenten-Abo, Wochenendangebote etc.).

Die Daten wurden dann aus den verschiedenen Daten-Pools in die Marketing Cloud importiert und dann entsprechend der Voraussetzungen gefiltert.

Sodann wurde die eigentliche, mehrstufige Customer Journey mit den passenden E-Mails (individualisiert auf den jeweiligen Abo-Status), Entscheidungszweigen und Zeitabständen zwischen den verschiedenen Maßnahmen mit dem Journey Builder aufgesetzt und aktiviert. (Siehe Grafik unten)

Gleichzeitig wurde auch der Abmelde-(Unsubscribe-) Prozess via CloudPages neu konzipiert und umgesetzt. So fließen die Abmeldungen zukünftig direkt in die Datenbasis in der Marketing Cloud und werden bei allen weiteren Kampagnen automatisch abgerufen und berücksichtigt.

Weitere Customer Journeys sind bereits in Planung.

## Signifikante Effizienzsteigerung

Durch die Implementierung der Customer Journey kann nun sichergestellt werden, dass alle für die jeweilige Kampagne ausgewählten Abonnenten die richtige Kommunikation zum richtigen Zeitpunkt bekommen.

Durch die Automatisierung wird die Effizienz gegenüber einer manuellen Auswahl und Bespielung signifikant verbessert.

Auch die Inhalte können nun zielgerichtet und einheitlich ausgespielt werden.

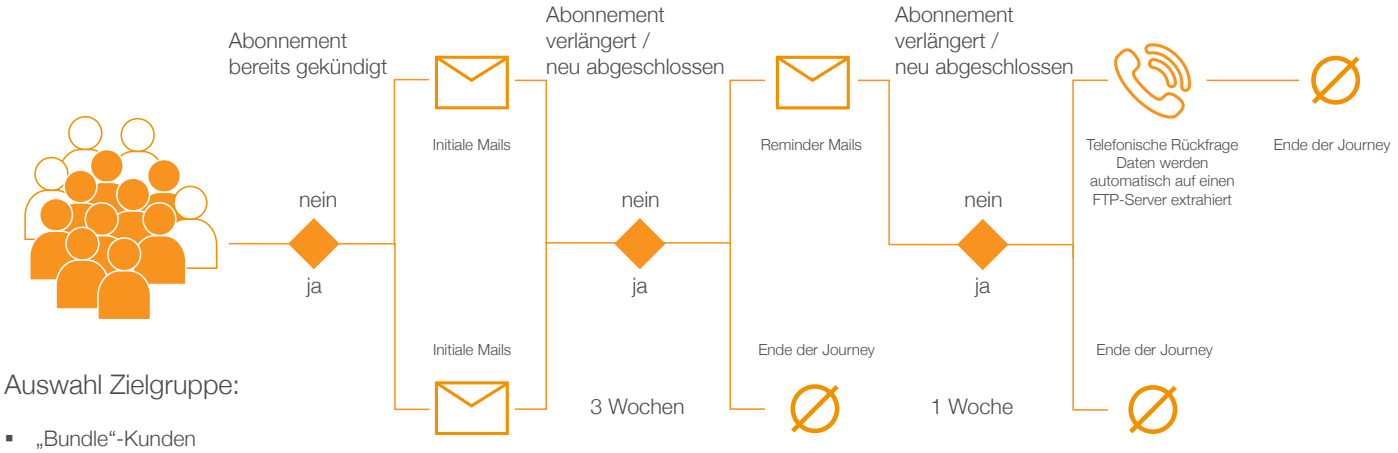
Konkret bedeutet das, dass die Anzahl der versendeten E-Mails dank der Automatisierungen um ca. 50 % gesteigert, der Zeitaufwand der Aussendung im Gegensatz dazu um die Hälfte verringert werden konnte.

Die gesamte Prozesssteuerung kann nun vom Vertriebs-marketing-Team selbst durchgeführt werden.

So wurde die gewünschte höhere Flexibilität erreicht. Die Abhängigkeiten von der Inhouse Agentur wurden vollständig beseitigt.

## Fazit

Die Marketing Cloud erfüllt die Erwartungen auf ganzer Linie. Die NOZ MEDIEN ist so überzeugt von der Lösung, dass sie sie etwa im Austausch mit anderen Verlagen zum Thema Marketing-Automatisierung regelmäßig weiterempfiehlt.




(Vereinfachte Darstellung der „Bundle-Kunden“-Journey)

## Über die factory42

factory 42 – CRM und Digitales Marketing

factory42 ist ein international tätiger Spezialist für CRM (Customer Relationship Management) und Digitales Marketing mit Sitz in München.

factory42 hilft Unternehmen durch Beratung, Einführung und Betrieb von Cloud Technologien basierend auf Salesforce alle kundenorientierten Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service zu optimieren und ihre Geschäftsziele schneller zu erreichen.

Als Salesforce Partner entwickeln wir Cloud Lösungen auf Basis der Plattform und realisieren internationale Projekte für den Mittelstand und viele bekannte Marken. Dazu haben wir eine pragmatische Methodik und einen prozessorientierten Beratungsansatz entwickelt, der die Geschäftsziele unserer Kunden im Fokus hat.

Wir unterstützen Sie bei der digitalen Transformation Ihres Unternehmens

---

## Sie möchten mehr zum Thema erfahren? Kontaktieren Sie einen unserer Experten

Michaela Hamori-Satzinger
Geschäftsführerin

Michael Frohn
Geschäftsführer