

Relevanzsteigerung der Kundenkommunikation und folgend Erhöhung der Win-Rate um das bis zu 10-fache. Zeitersparnis beim Editieren von Inhalten von ca. 15 Minuten auf ein paar Sekunden.

Neue
Mediengesellschaft
Ulm mbH

Branche:

Medien und Verlage

Kerngeschäft:

Deutscher Medienverlag, Teil der Ebner Ulm Gruppe

Standorte:

München, Zürich

Die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH ist ein Medienhaus, das sich als Fachverlag an Profis in der IT, der Internet-, Telekommunikations- und Softwareentwicklung richtet. Neben sogenannten „Special-Interest“-Titeln werden auch Seminare und Konferenzen sowohl in München als auch in Zürich angeboten. Außerdem ist die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH Veranstalter der europaweit größten Internet-Messe, der Internet World in München.

Mit Salesforce als zentralem CRM Tool in Verbindung mit integriertem Backend System und Marketing Cloud konnte die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH die Effizienz signifikant steigern. Das gilt sowohl im Hinblick auf die Zeitaufwände, als auch bezüglich der optimalen Bedienung der Zielgruppen. Durch Nutzung der Marketing Cloud als digitale Marketing Plattform konnten außerdem die Werbeerlöse maximiert und neue Geschäftsmodelle erschlossen werden.

„Die Zusammenarbeit mit factory42 war hervorragend. Dank der großen Erfahrung im Medienbereich hat das Team sofort verstanden, worauf es uns ankommt und das Projekt agil und auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten durchgeführt. Wir sind sowohl mit der factory42 als Beratung als auch mit dem Ergebnis der Implementation sehr zufrieden.“

Patrick Schmitt, Verlagsleiter Sport, Neue Medien Gesellschaft Ulm mbH

Content-Handling und Abo-Verwaltung über verschiedene Abteilungen

Die Neue Mediengesellschaft Ulm veröffentlicht nicht nur verschiedene Zeitschriften und Magazin Titel, sondern stellt Content auch online über die verschiedensten Kanäle zur Verfügung.

Damit in direktem Zusammenhang stehen die kanalübergreifende Vermarktung an Werbetreibende, die Ihre Werbung möglichst zielgenau und wirksam platzieren wollen und das Management der eigenen Abonnenten inkl. sämtlicher Subscribing Prozesse.

All diese Aktivitäten hängen eng mit einer konsolidierten Datenbasis inkl. der notwendigen Informationen zu den einzelnen Datensätzen (Interessen, Beziehung zum Unternehmen, Abonnenten) zusammen, die auch allen beteiligten Abteilungen entsprechend zur Verfügung stehen sollte.

Personalisierung und zielgerichtete Kampagnen ausbaufähig

Mit mehreren unterschiedlichen Daten-Silos, insgesamt über 5 Mio. Datensätzen, 5 verschiedenen Systemen und 11 Clients war allerdings kein unternehmenseinheitlicher Blick auf den Kunden möglich. Weder eine sinnvolle Qualifizierung der Daten noch eine Segmentierung, um etwa gezielte, auf die Kundeninteressen abgestimmte Kampagnen durchzuführen, konnte vorgenommen werden. Darüber hinaus existierte auch kein konsistentes Abo-Management.

Außerdem war für den redaktionellen Newsletter ein Feed-basierter E-Mail Prozess implementiert. Dieser war jedoch nicht flexibel genug, um z.B. ad-hoc Änderungen an Beiträgen oder das Editieren einzelner Beiträge zuzulassen.

Diese Situation führte unter anderem dazu, dass potentielle Verkaufschancen nicht genutzt wurden und die Mitarbeiter sich benötigte Kunden-Informationen zeitaufwändig aus verschiedenen Systemen zusammensuchen mussten.

Auch bei den Kontakte für die Anzeigenkunden wurde das volle Potenzial nicht zu 100% ausgeschöpft. Ziel war, eine bessere Qualifizierung und gezieltere Ausspielung zu erreichen und so den Wert der Kontakte zu steigern.

Datenkonsolidierung und Integration der Marketing Cloud

Die Implementierung von Datenlösungen ist kein Projekt, das man mal eben nebenbei mitlaufen lässt. Die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH entschied sich daher für die factory42 als – gerade in der Medienbranche – erfahrenen Partner mit Expertise sowohl im technischen als auch im prozessualen Bereich.

Als erste Maßnahme wurden die Daten in der vorhandenen Salesforce Sales Cloud dedupliziert, konsolidiert und angereichert. Im zweiten Schritt wurde die Salesforce Marketing Cloud mit dem Journey Builder implementiert und ausgerollt. Dadurch ist die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH nun in der Lage, mit den vorhandenen Daten effiziente Marketing Kampagnen entlang der Customer Journey aufzusetzen und auszuspielen.

Durch die Integration der Marketing Cloud mit dem Muttersystem Salesforce konnten die Prozesse ideal miteinander verbunden werden. Das Marketing Team kann nun – z.B. mit Hilfe der Salesforce-Reports - die Kundenbasis segmentieren, die Kommunikation personalisieren und Kampagnen zielgerichtet ausführen.

Ein nutzerfreundlicher Subscribe- bzw. Unsubscribe-Prozess im Abonnenten-Management wurde mit Hilfe von CloudPages und AmpScript definiert. So wurde die Möglichkeit für ein selektives An- und Abmelden zu den Newslettern der verschiedenen Titeln der Neuen Mediengesellschaft Ulm mbH geschaffen.

Außerdem wurde mehr Flexibilität bei den Feed-basierten E-Mail-Erstellungs-Prozessen geschaffen. So können existierende Inhalte noch intelligenter ausgespielt werden. Über XML-Feed werden die Artikel automatisiert in die Marketing Cloud importiert und dann zielgerichtet und ebenfalls automatisiert für die verschiedenen Kanäle wieder ausgespielt.

Inhalte können darüber hinaus nun auch manuell editiert und angepasst werden.

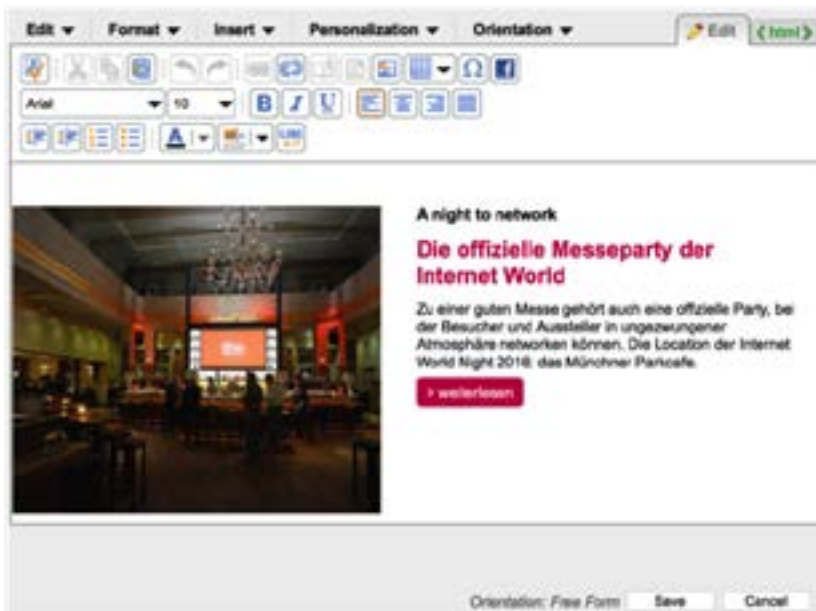
Verbesserung der Win-Rate und Zeitersparnis in der Bearbeitung

Durch die Maßnahmen ist die Kundenkommunikation sehr viel relevanter geworden. Das führt zum einen zu einer größeren Kundenzufriedenheit, zum anderen zu erhöhten Werbeeinnahmen, da die Vermarktung nun zielgerichteter (die Marketing Cloud kann dank der Integration mit Salesforce auch von der Sales Cloud als Data-Management-Plattform profitieren) erfolgt. Neue Geschäftsmodelle können so erschlossen werden.

Die Win-Rate etwa konnte unter anderem mit Hilfe des Click-Trackings bis um das 10fache erhöht werden.

Die 360° Kundensicht sorgt zudem für eine Zeitersparnis bei den internen Abläufen und Prozessen. Die Abteilungen sind insgesamt effizienter geworden.

Beispielsweise kann der Newsletter nunmehr innerhalb von Sekunden editiert und individualisiert werden. Vor der Einführung der Marketing Cloud nahm der Prozess ca. 15 Minuten pro Content Area in Anspruch.



Texteditor für Newsletter



Content Area



Über die factory42

factory 42 – CRM und Digitales Marketing

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

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



Michael Frohn
Geschäftsführer



Michaela Hamori-Satzinger
Geschäftsführerin

