

Dialogmarketing: Intimis für bessere Kundenbeziehungen

Der Artikel wurde erstellt
in Zusammenarbeit mit:

f:mp.
fachverband
medienproduktions

Das Problem der Messbarkeit des Erfolges von Marketingmaßnahmen beschäftigt nach wie vor die Experten. Das One-to-One-Marketingwerkzeug der Firma Intimis soll durch Verwendung persönlicher Internetseiten Abhilfe schaffen und zugleich die Response erhöhen. Das in England entwickelte Verfahren ist bereits mehrfach in der Praxis bei großen und mittelständischen Unternehmen im Einsatz. Wir erläutern das Werkzeug und berichten von den Erfahrungen einiger Anwender.

Die gängige Praxis von Dialogmarketing-Maßnahmen basiert zum Großteil auf zugekauften Adressen. Dabei lassen die Responderaten meist zu wünschen übrig und die Maßnahmen entziehen sich oft einer sinnvollen Messbarkeit des Erfolges. Das Online-Werkzeug Intimis ist ein System, das den Marketingerfolg messbar macht und die Kommunikation mit unentschlossenen Kunden ausbaut.

Das Vorgehen: Basierend auf den verfügbaren Kommunikationskanälen zum potenziellen Kunden liefert man diesem eine personalisierte und individualisierte Webadresse. Über diese erhält der Empfänger exklusiv auf sich zugeschnittene Informationen, erläutert Harald Margreff, Geschäftsführer des Essener Druck- und Servicedienstleisters Margreff Druck und Medien, Vertriebsfirma von Intimis. Je mehr man im Vorfeld über den Kunden weiß, desto besser lässt sich die Website auf dessen Interessen zuschneiden. In Fällen einer Erst-Kontaktaufnahme ist der In-

dividualisierungsgrad zwar beschränkt, aber hier hat Intimis seine Stärken. »Zunächst lässt sich dank des Zugriffs auf die Internetseiten präzise ermitteln, welcher Kunde wie lange darauf zugegriffen hat. Somit zeigt sich, welche Kunden überhaupt Interesse an dem beworbenen



Produkt haben. Und man kann gezielt zwischen Kunden unterscheiden, die sofort bestellen, solchen, die generell interessiert sind, und jenen, die kein Interesse zeigen«, so Margreff. Diese automatisch zur Verfügung gestellten Informationen durch das Verfolgen des Verhaltens lenken und leiten die folgenden Kommunikationsmaßnahmen und bauen so nach und nach das Interessenprofil aus. Dies bietet zwei Vorteile: Erstens kann man Nicht-Interessierte von künftigen Marketingaktionen für dieses Produkt ausschließen oder anders ansprechen, wodurch Kosten und Response optimierbar sind. Zweitens lassen sich jene Kundenkreise identifizieren, die noch unentschlossen sind und mittels erneuter Ansprache aktiviert werden könnten. Dabei liefert das Verfolgen des Verhaltens der Kunden auf der persönlichen Website Informationen über deren Interessen. Somit lässt

sich bestimmen, was der Interessent wie lange angesehen und was wie oft angeklickt hat.

Persönliche Website: Den Werbung treibenden Unternehmen ist es so möglich, die Website auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse zuzuschneiden und so echten Mehrwert zu bieten. Zugleich lassen sich gewonnene Erkenntnisse in das CRM des Unternehmens aufnehmen, um nachfolgende Werbeaktionen besser an den jeweiligen Kunden anzupassen. Somit ist das Intimis-Werkzeug ein Kampagnen-Management-Werkzeug, erweitert um das Verfolgen von Interessen.

Die Auswertung der Daten erfolgt entweder beim Kunden (webbasiertes CRM) oder beim Dienstleister, der entsprechend abgestimmtes Reporting bereitstellt. Die gesammelten Daten werden nach verschiedenen Kriterien ausgewertet. So lassen sich Aussagen über das Verhalten einzelner Besucher ebenso treffen, wie sich Vergleiche des Verhaltens ganzer Gruppen anstellen lassen. Die Parameter setzt dabei das jeweilige Unternehmen. Das Verhalten von Frauen im Vergleich zu dem von Männern lässt sich ebenso auswerten, wie das von Einkäufern von IT-Unternehmen oder jenes von Behörden. Aus diesen Erkenntnissen sind Tendenzen ableitbar, welche für die Erstellung personalisierter Websites für neue, potenzielle Kunden nutzbar sind. Dies funktioniert deshalb, weil man dank der Personalisierung der Websites jederzeit einige Basisinformationen wie Geschlecht

Mittels Intimis: Das IT-Unternehmen Igel Technology setzt für seine Europakampagne auf die Intimis-Methode.



Harald Margreff: Der Geschäftsführer von Margreff Druck und Medien berichtet über die Funktionen von Intimis.

oder gegebenenfalls die berufliche Funktion des Angesprochenen kennt; und zwar ohne diese Informationen gezielt vom Besucher einholen zu müssen. Es entsteht ein geschlossener Infokreislauf, der einen echten Dialog mit dem Kunden erlaubt, ohne dass ihm dies bewusst ist. Stattdessen »hört« die Website dem Kunden aufmerksam zu und leitet weiter, wofür er sich interessiert.

Internet: Weitere Infos

- www.intimis.com
- www.margreff.de
- www.igel.de

die personalisierten URLs und Intimis-Managementsoftware maximiert wurde.«

Hohe Response: Auch beim international operierenden, deutschen IT-Unternehmen Igel Technology gibt es positive Erfahrungen mit Intimis. Nachdem Igel im Heimatland erfolgreich ist, strebt man eine höhere internationale Bekanntheit für die eigenen Clientensysteme an. Die gesamteuropäische Kampagne ist konsequent mit dem Einsatz von Intimis verknüpft. In Großbritannien erzielt das Unternehmen ein Ergebnis, das dem Doppelten des nationalen Durchschnitts für Direktmarketingaktionen im B2B-Bereich entspricht. Dabei sind die Kosten, verglichen mit vorherigen Kampagnen, halbiert. Die



Positive Bilanz: Und das funktioniert. Für eine Marketingkampagne des englischen Immobilieninvestmentunternehmens Inside Track versendet man das individualisierte Anschreiben ohne die sonst übliche Informations-Beilage, wodurch sich signifikante Einsparungen bei den Druck- und Portokosten ergaben. Stattdessen verweist das Anschreiben auf eine persönliche URL, unter der weitere Informationen zu finden sind. Aufgrund der Erkenntnisse, welche Inside Track durch das Verhalten der Nutzer auf ihren jeweiligen Seiten sammelt, gelingt es mit einer Nachfassaktion bei den Unentschlossenen die Responsequote im Vergleich zu bisherigen Maßnahmen zu verdreifachen und die Kosten um 50 Prozent zu senken. Dank des verbesserten Kosten-Nutzen-Verhältnisses hat Inside Track die Mailingaktionen allein in Großbritannien auf über eine Million Sendungen pro Monat ausgeweitet. »Die Resultate der Kampagne waren beeindruckend«, resümiert John Pickles, Marketing Director bei Inside Track. »Die Personalisierung war einer der signifikanten Faktoren für hohe Aufmerksamkeit, welche durch

Gedruckt: In der Igel-Kampagne wird mittels Anschreiben auf ein persönliches Online-Angebot verwiesen.

Kontakte aus dieser Kampagne generieren einen Umsatz von zwei Dritteln der Gesamtumsätze des Vorjahres. »Intimis zeigt uns, wer auf unsere Marketingaktivitäten reagiert, ohne dass Personenangaben zu hinterlassen sind. Dadurch haben sich unsere Kosten pro Lead deutlich reduziert und uns wurde geholfen One-to-One-Beziehungen mit unseren Kunden und Interessenten aufzunehmen«, erläutert Stephen Yeo, World-Wide Strategic Marketing Director bei Igel Technology.



Direkt: Die personalisierte URL bietet den Adressaten dieses Werbemails echten Mehrwert und hilft dem Unternehmen Zielgruppen und Werbewirksamkeit proaktiv zu erfassen.

Fazit: Intimis ist ein Werkzeug zur Steuerung von Dialogmarketing. Die Auswertung der Daten erfolgt in Echtzeit und ist per webbasiertem, SSL-verschlüsseltem Kampagnenmanager jederzeit abrufbar. Einsatz und Etablierung des Systems sind einfach – aufwändige Abstimmungsprozesse mit IT-Abteilungen sind nicht nötig, die Implementierung in bestehende Kampagnen ist machbar. ◀
Hendrick Fey/pe

Michael Wietkamp
Geschäftsführer
Medienhaus Ortmeier GmbH

„Praxisnah und zukunftsorientiert: Das verbindet uns mit dem f:mp.“

Wir bringen Ihre Ideen zur Entfaltung

MEDIENHAUS ORTMEIER

www.ortmeier.de

Der f:mp. – fachverband medienproduktierer e.V. ist ein unabhängiger Berufsverband, der den Medienproduktierer in seiner täglichen Arbeit unterstützt. Als wesentliche Aufgabe übernimmt der f:mp. den Part der Aus- und Weiterbildung in allen Belangen des Medien- und Managementwissens rund um die Medienproduktion und ist Initiator von Branchentrends.

f:mp.

fachverband medienproduktierer

www.f-mp.de