

Millionen von E-Mail Adressen und höchstvariabler Content – Grenzen der Automatisierung



Fazit

The screenshot shows a web form titled "Online Booking for". It includes several input fields, checkboxes, and buttons. The form is partially filled out, showing a date field with "12/12/2011" and a "Book" button.



Millionen von E-Mail Adressen und höchstvariabler Content – Grenzen der Automatisierung



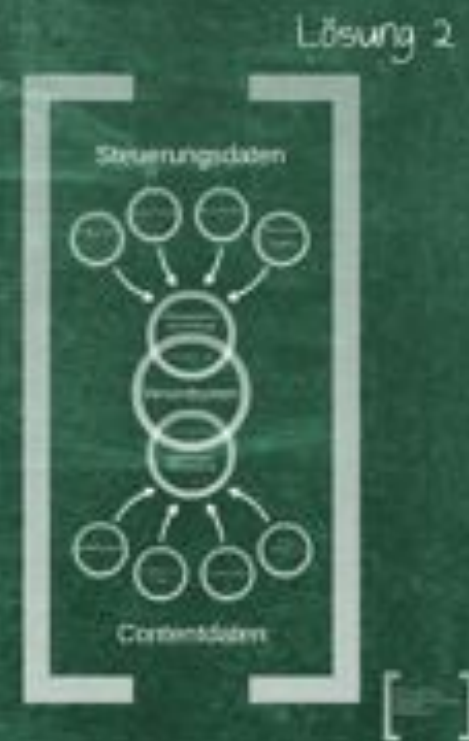
Fazit:

The screenshot shows an online form titled "Online-Dating für...". It includes several input fields for personal information, a section with radio buttons for selecting preferences, and a "Submit" button at the bottom right.



Millionen von E-Mail Adressen und höchstvariabler Content – Grenzen der Automatisierung





Einleitung

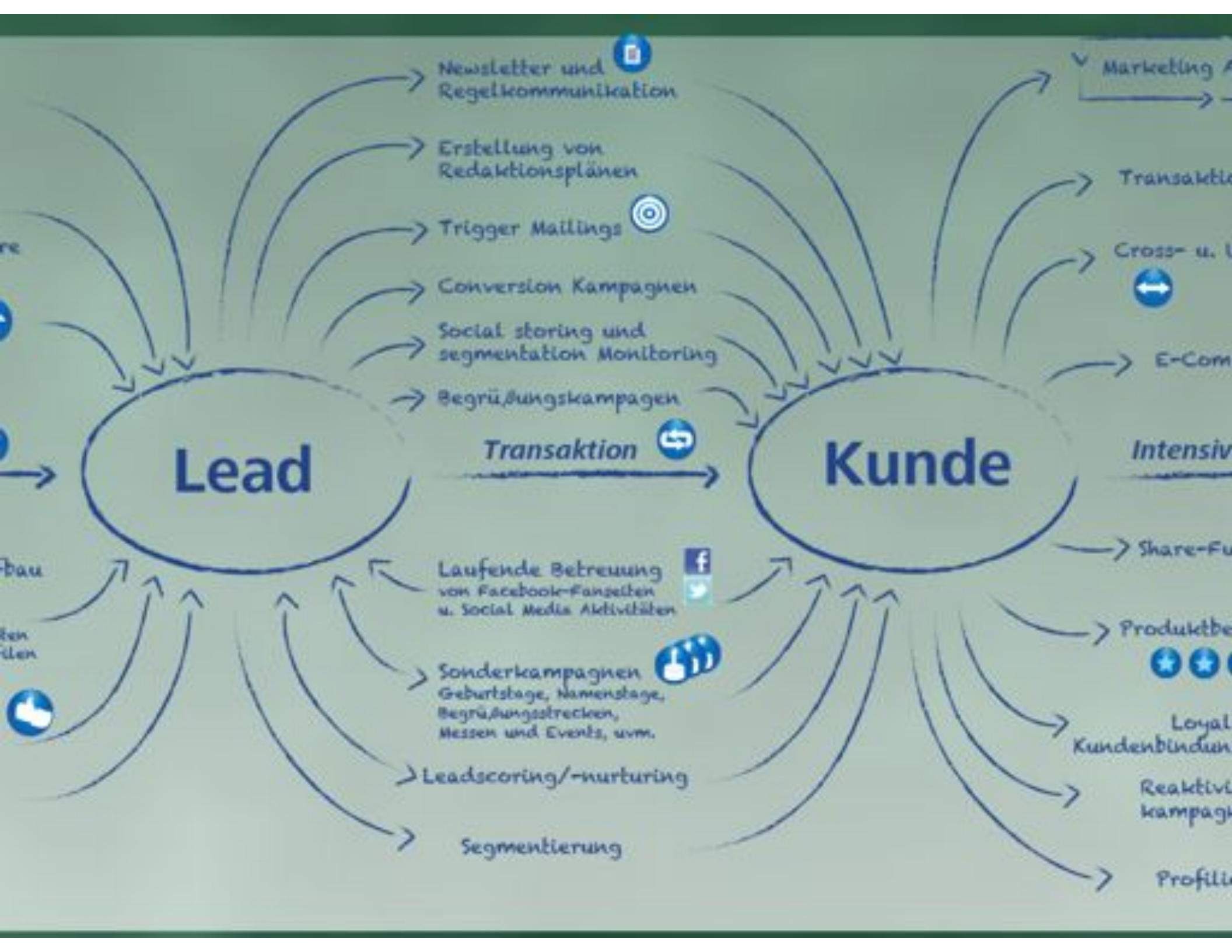


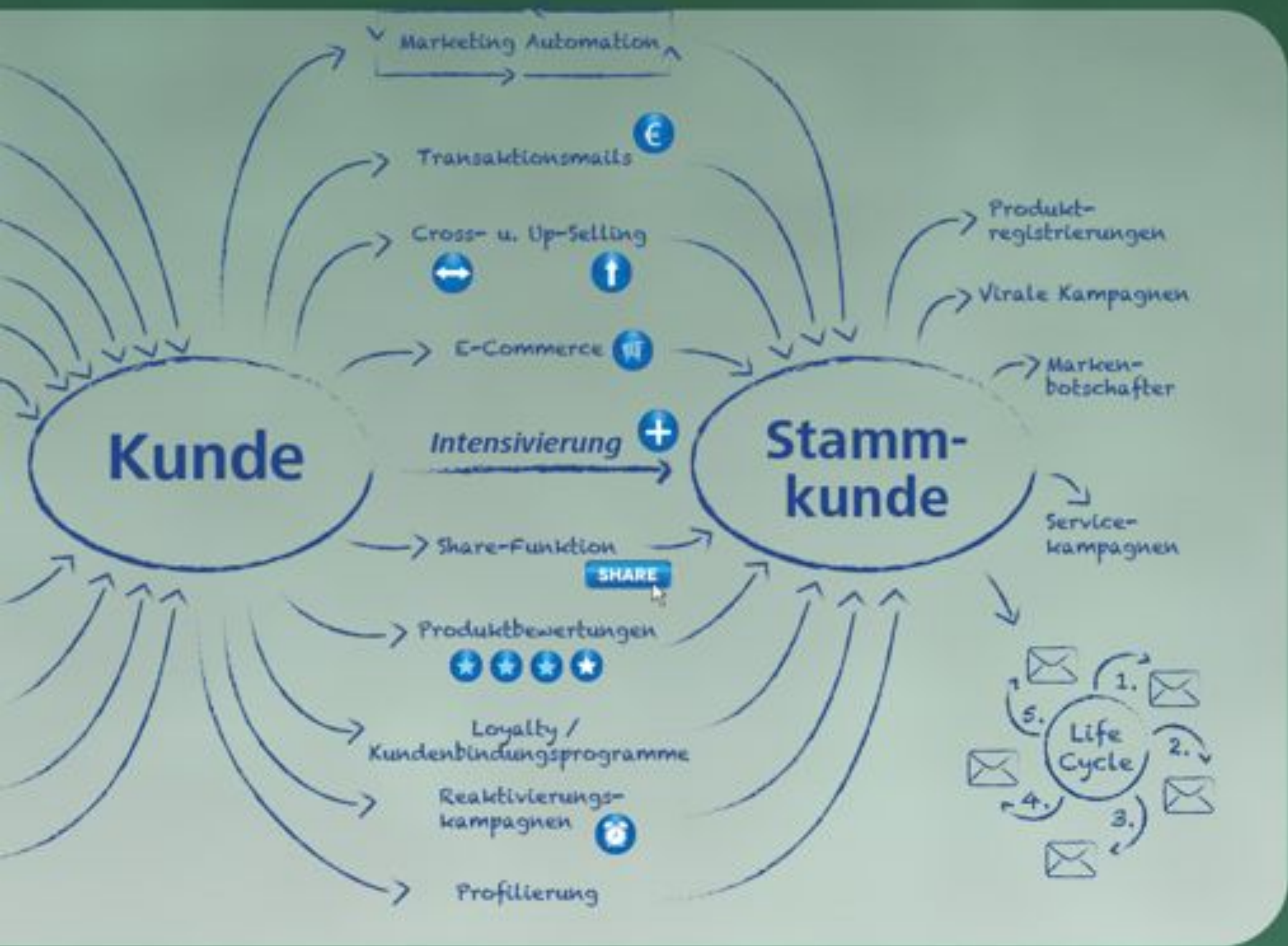
days later

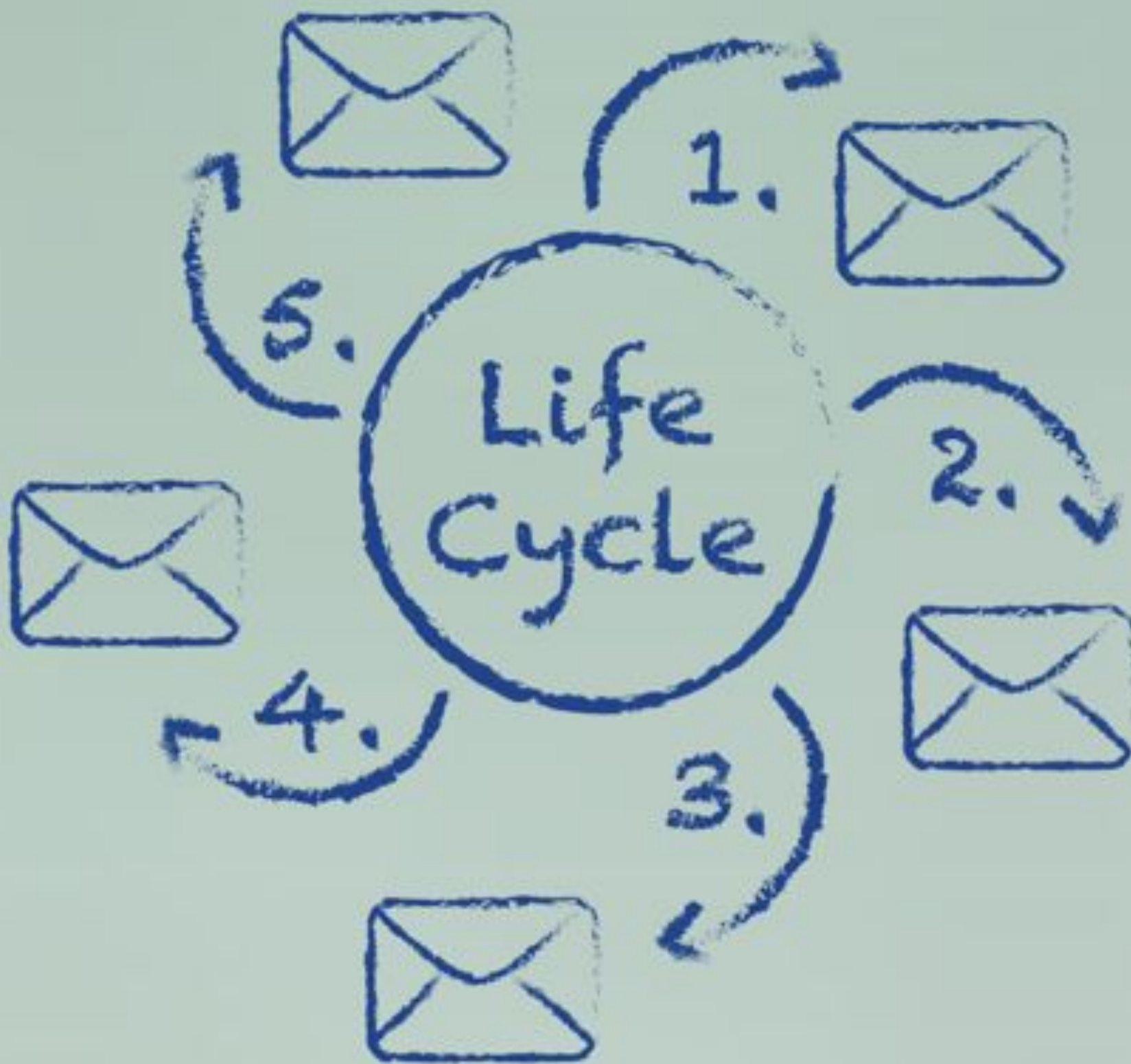


inleitung











inleitung

Problem

gen Pilsen: **Das Elfmeter-Luxusproblem**

Bayern-Gala gegen Pilsen: Das Elfmeter-Luxusproblem

Von Christoph Leischwitz, München

Der FC Bayern zeigt gegen Viktoria Pilsen eine herausragende Leistung. Fünf Treffer erzielten die Münchner, 18:0 lautete das Torschussverhältnis - die Tschechen waren völlig chancenlos. Den Rekordmeister umtreibt nur ein Problem: Wer soll als Müller-Vertreter bloß die Elfmeter schießen?

ANZEIGE

An Error has occured: Request Time-out



AFP

🕒 Donnerstag, 24.10.2013 - 09:55 Uhr

🖨️ Drucken | 📧 Versenden | 📌 Merken

📄 Nutzungsrechte | 🗉 Feedback

💬 Kommentieren | 37 Kommentare

Arjen Robben winkte ab - keine Interviews. Der niederländische Flügelspieler des FC Bayern wirkte genervt, als er nach dem 5:0-Sieg der Münchner in der Champions League gegen Viktoria Pilsen die Arena verließ. Trotz des ungefährdeten Erfolgs gegen komplett überforderte Tschechen gab es am späten Abend noch Irritationen.

An Error has occurred: Request Time-out

Herausforderung

Bestandskundendaten =
große Datenmengen

Bestandskundendaten =
große Datenmengen

engen

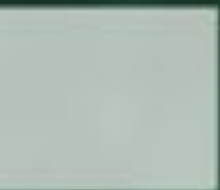
Zeitpunkt vs. Zeitraum

Bestehende Content-Infrastruktur

Aufwand, Sicherheit, Performance

Bestehende Content-Infrastruktur
Aufwand, Sicherheit, Performance

Content- und Steuerungsdaten
"kennen sich nicht"



Was bedeutet
das konkret?

Versendet hier jemand
hunderttausende E-Mails?

Wie

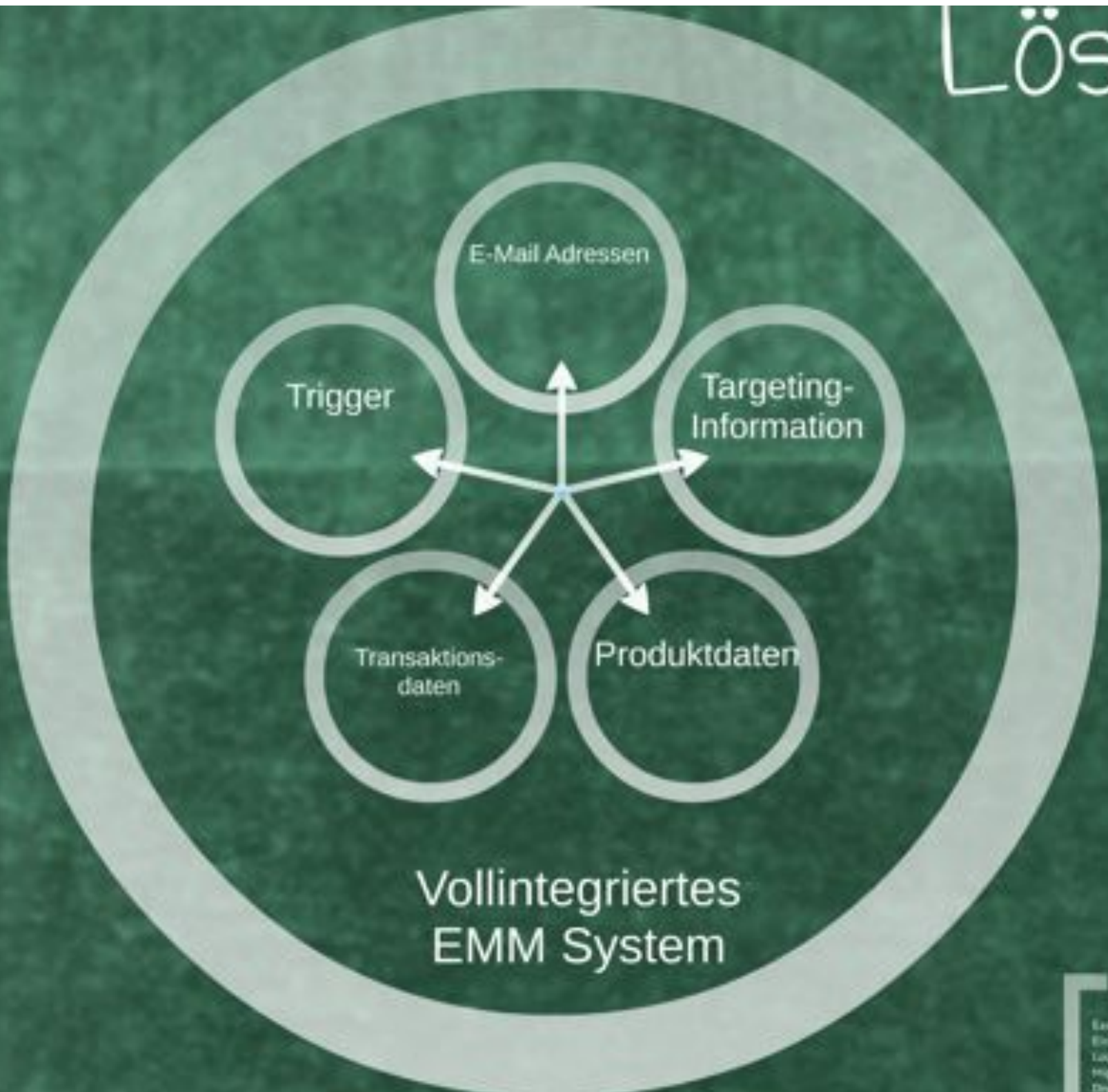
ils?

Wie hoch ist Ihre
Versandgeschwindigkeit?

wie hoch ist ihre
Versandgeschwindigkeit?

Nehmen wir einmal an, dass pro Mail folgende Daten
abgefragt werden:
Transaktionshistorie, bester Preis, next best offer,
empfohlenes Zubehör und

Lösung 1



Vollintegriertes
EMM System

Easy of use
Ein Ansprechpartner bei Schwierigkeiten
Lock-In, Innovationsabhängigkeit
Migrationenaufwand
Doppelte Datenhaltung- und Pflege



E-Mail Adressen

Ta

Targeting- Information





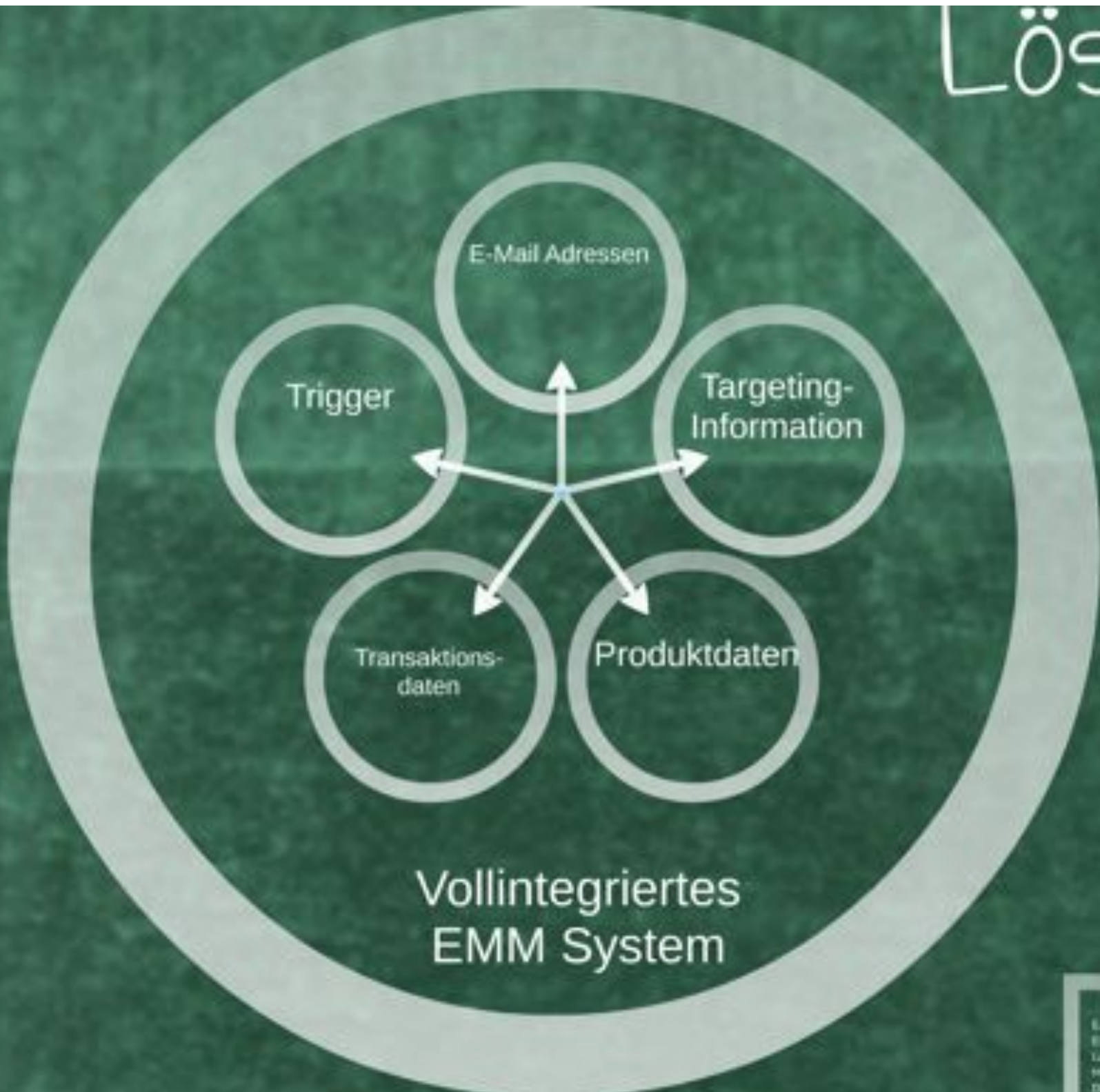
Produktdaten

A diagram on a dark green background. It features a large, light green circular arrow pointing clockwise. In the center of this circle, the text "Transaktionsdaten" is written in white. An arrow points from the top right towards the inner edge of the circular arrow.

Transaktions-
daten

Trigger





Vollintegriertes
EMM System

Easy of use
Ein Ansprechpartner bei Schwierigkeiten
Lock-In, Innovationsabhängigkeit
Migrationenaufwand
Doppelte Datenhaltung- und Pflege

Ease of use

Ein Ansprechpartner bei Schwierigkeiten

Lock-In, Innovationsabhängigkeit

Migrationsaufwand

Doppelte Datenhaltung- und Pflege

Lösung 2



Steuerungsdaten



Steuerungsdaten-Konzolidierung

Versandsystem

Contentdaten-Kombinierung



Contentdaten

Was bedeutet das konkret?

Verbinden Sie personalisierte Kundenkommunikation & mehr!

Wie hoch ist Ihre Personalisierungsbereitschaft?

Stellen Sie sich vor, Sie sind ein Web-Marketing-Spezialist, der auftragsgemäß arbeitet. Ihre Kunden sind, bevor Sie sie kontaktieren, bereits über ein bestimmtes Produkt und ...

Stellen Sie sich vor, Sie sind ein Web-Marketing-Spezialist, der auftragsgemäß arbeitet. Ihre Kunden sind, bevor Sie sie kontaktieren, bereits über ein bestimmtes Produkt und ...

Steuerungsdaten

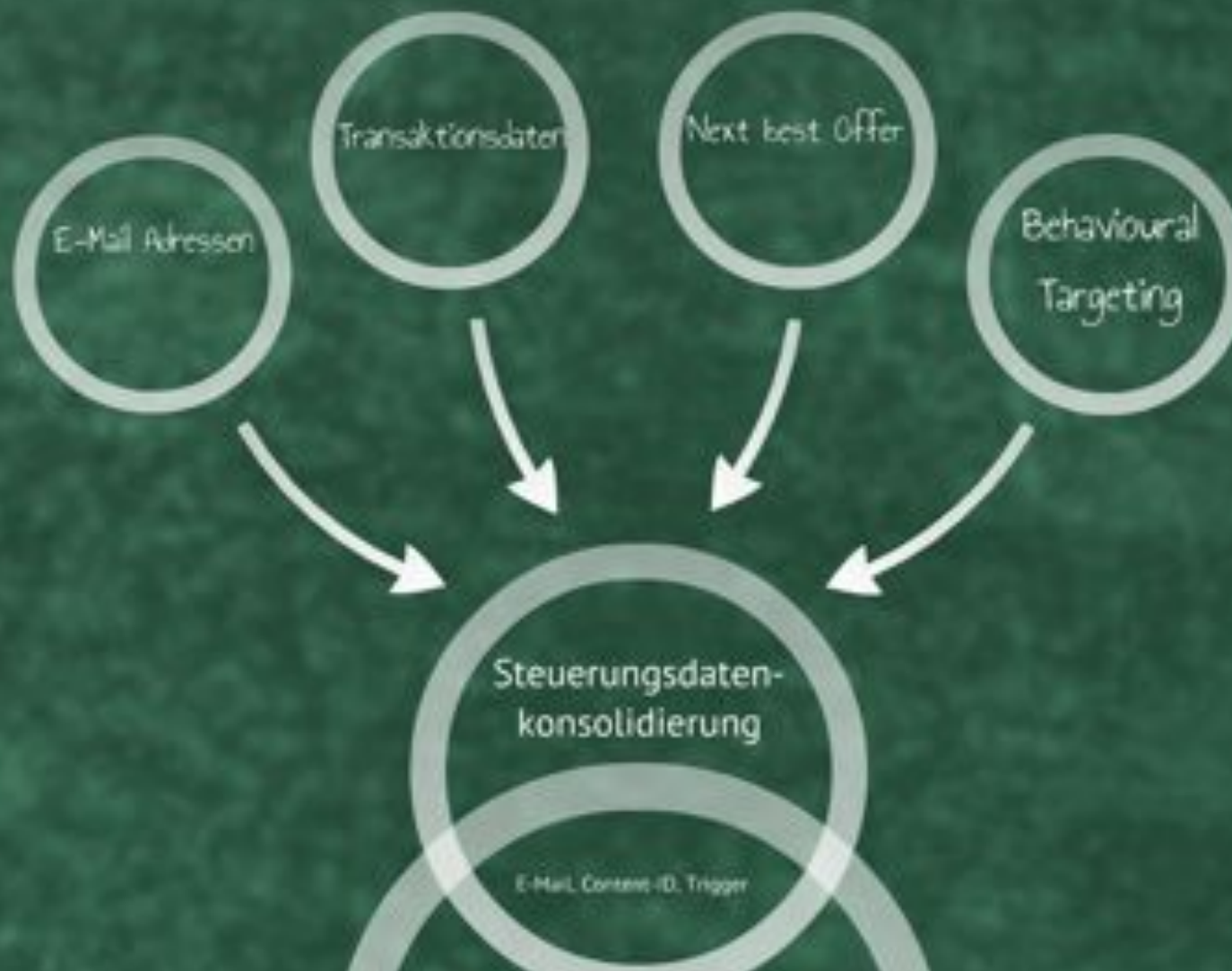
E-Mail Adressen

Transaktionsdaten

Next best Offer

Behavioural
Targeting

Steuerungsdaten





Steuerungsdaten- konsolidierung

E-Mail, Content-ID, Trigger

Produktdatenbank

Preisinformationen
(Shop)

Produktbewertungen

Downloads,
Verlinkungen etc

Contentdaten

XML, HTML, Transformationen

Contentdaten-
konsolidierung

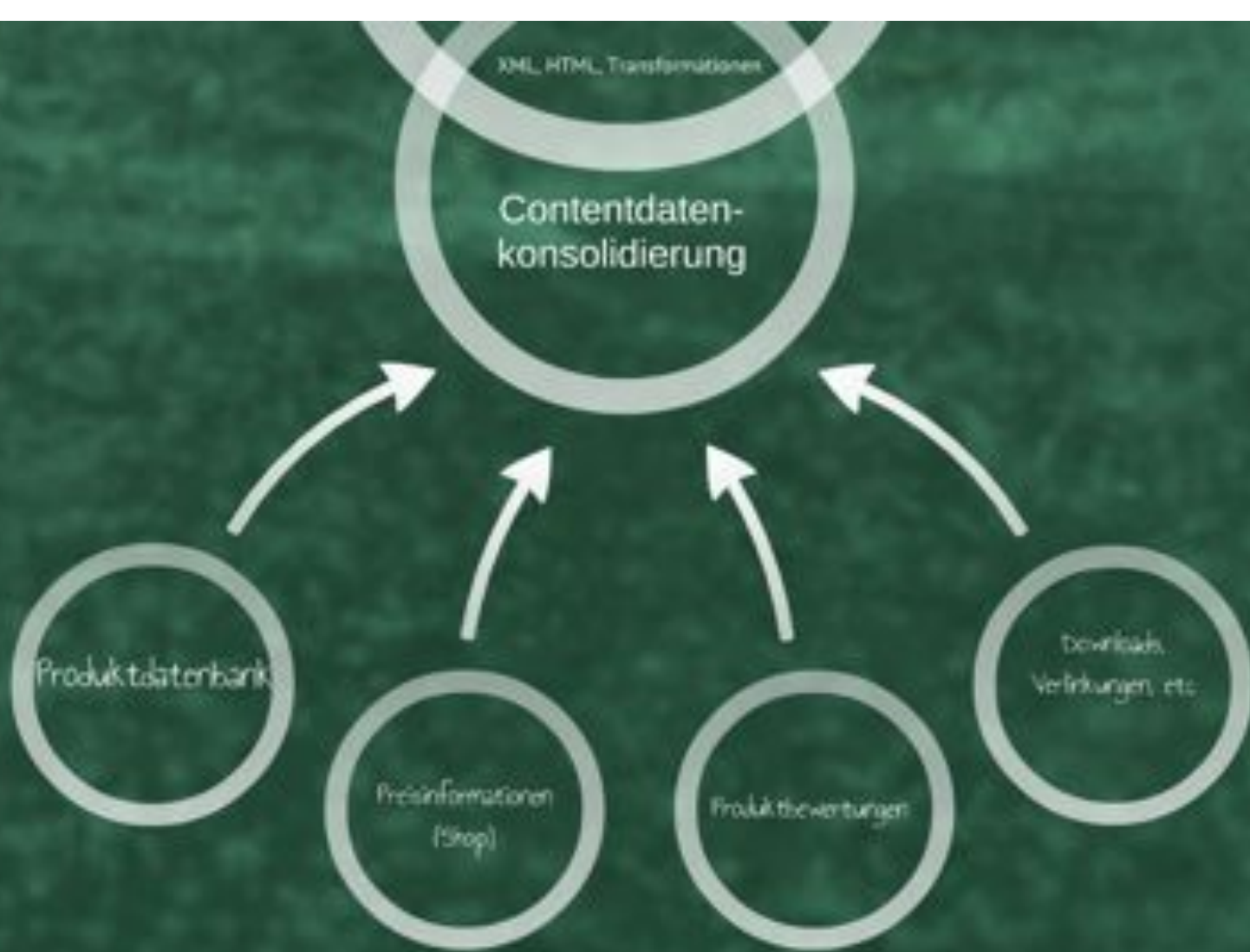
Produkt-datenbank

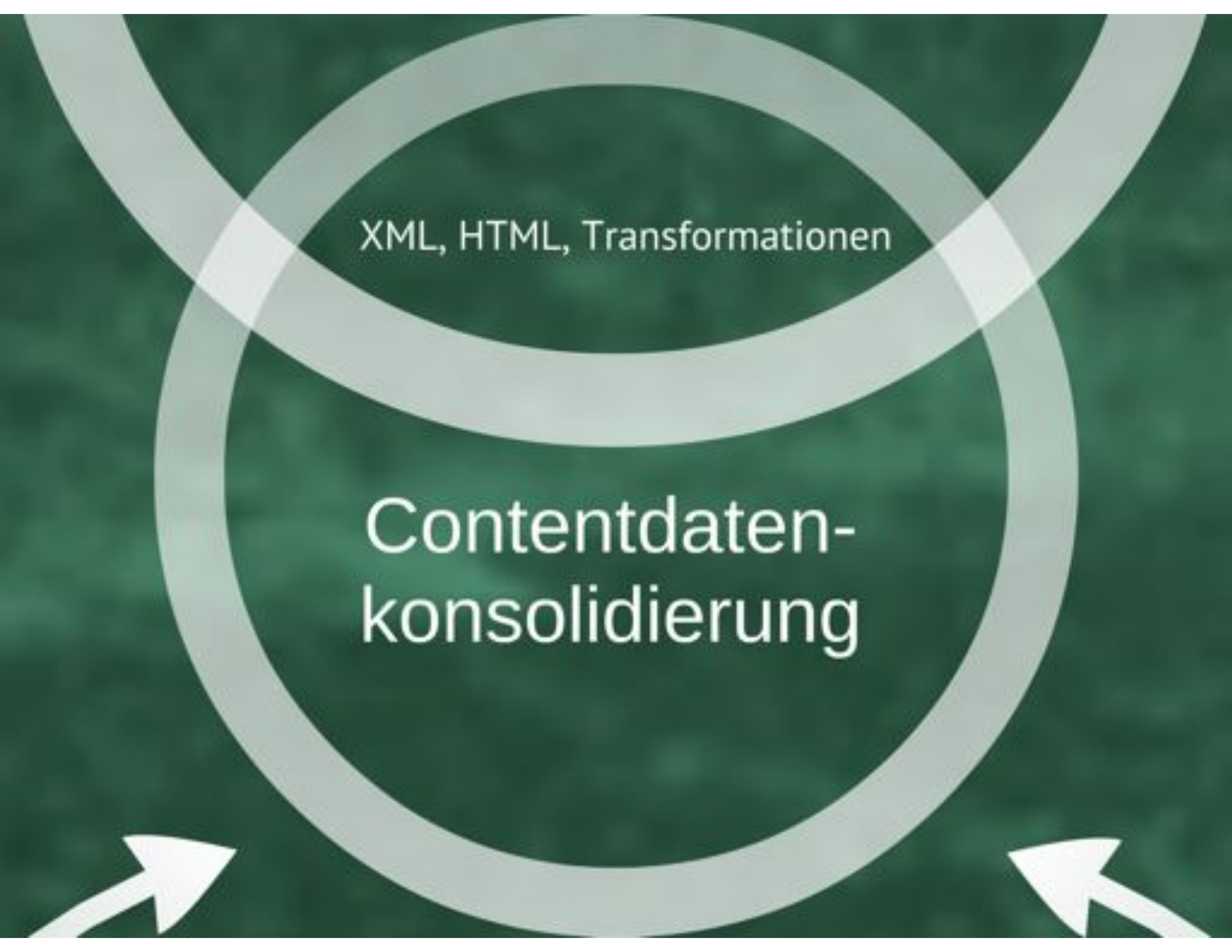
Preisinformationen
(Shop)

Produktbewertungen

Downloads,
Verlinkungen, etc.

Contentdaten





XML, HTML, Transformationen

Contentdaten-
konsolidierung

E-Mail, Content-ID, Trigger

Versandsystem

XML, HTML, Transformationen

Steuerungsdaten



Steuerungsdaten-Konzolidierung

Versandsystem

Contentdaten-Kombinierung



Contentdaten

Was bedeutet das konkret?

Verbinden Sie personalisierte Kundenkommunikation & mehr!

Wie hoch ist Ihre Personalisierungsbereitschaft?

Stellen Sie sicher, dass Ihre Web- und Mobile-Plattformen Daten abrufen können. Personalisierung, Social Media und mehr helfen, ein kohärentes Kundenerlebnis zu schaffen.

© 2014 IBM Corporation. Alle Rechte vorbehalten. IBM, das IBM-Logo und die IBM-Blau- und Gelb-Blau-Logo sind Marken der International Business Machines Corporation (IBM) in den USA und/oder anderen Ländern.

Datenpflege unverändert
Involvieren der internen IT
Flexible Möglichkeiten bei zus. Daten
Datensicherheit
Mischformen möglich

Fazit

Online Dialog für

E-Mail-Marketing-Strategie



Ziele



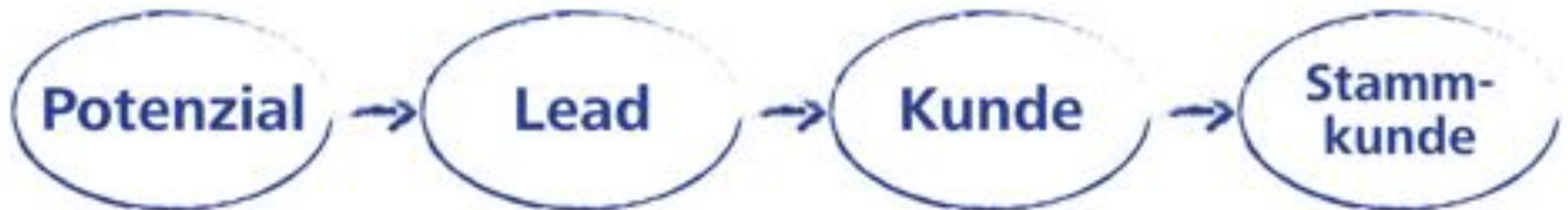
Kennzahlen (KPIs)

E-Mail-Marketing-Strategie

Customer Lifetime Value erhöhen

Kunden gewinnen

Kunden binden



Technologie und Daten

Ziele

1,5 Jahre

Technologie und Daten

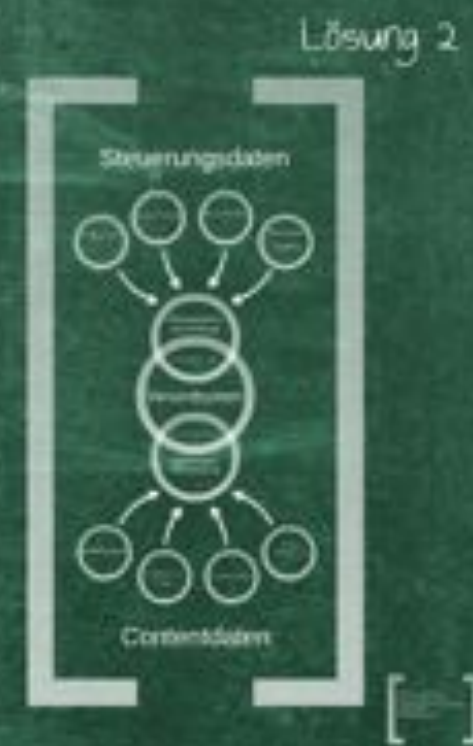
Ziele

1,5 Jahre

Jetzt

3 Jahre

Kennzahlen (KPIs)



Millionen von E-Mail Adressen und höchstvariabler Content – Grenzen der Automatisierung



Fazit:

