

Pressemitteilung

Lidl führt erfolgreiches Multi-Channel Kampagnenmanagementsystem DynaCampaign ein

Portalübergreifende Kundensicht bildet Grundlage für neue Kommunikationsstrategie des Handelsriesen

Stuttgart, 13.06.2016 – Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH hat die Zusammenarbeit mit der Lidl E-Commerce International GmbH & Co. KG gestartet und erfolgreich das Kampagnenmanagement-Tool DynaCampaign eingeführt.

Liegt der Ursprung von Lidl in dem Verkauf von Lebensmitteln, so hat sich das Portfolio des Handelsriesen mittlerweile enorm vergrößert und umfasst eine breitgefächerte Produkt- und Leistungsvielfalt. Zur Online-Präsenz von Lidl gehören neben dem klassischen Lidl-Shop auch Portale wie Lidl-Reisen, Lidl-Fotos und Lidl-Blumen.

„Für Lidl E-Commerce International ist es von großer Bedeutung die Online-Aktivitäten zielgerichtet zu steuern und somit entsprechende Angebote an die richtige Zielgruppe zu senden. Mit dem Kampagnenmanagementsystem DynaCampaign von DYMATRIX haben wir das richtige Tool gefunden, um unsere Kommunikationsstrategie passgenau und portalübergreifend umzusetzen“, so Dirk Hahn, Bereichsleiter Online-Marketing bei der Lidl E-Commerce International.

Um die Kundendaten aus den Bereichen Shop und Reisen zu vereinheitlichen, wurden diese zunächst in ein Data Warehouse zusammengeführt und konsolidiert. Zuvor war es Lidl nur manuell möglich die Aktivitäten seiner Kunden über verschiedene Portale hinweg zu betrachten. Dies erschwerte die Ableitung von Zusammenhängen und Gesamtkundsichten.

Mit der konsolidierten Kundensicht und dem Einsatz des Cross-Channel Kampagnenmanagementsystems DynaCampaign können nun individuelle und zielgruppenspezifische Marketingkampagnen geplant und erfolgreich umgesetzt werden. Somit werden Streuverluste minimiert und gleichzeitig der Kampagnenerfolg maximiert.

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 1.815

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über ein Belegexemplar

Über DYMATRIX

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist einer der führenden deutschen Lösungsanbieter für die Themen **Customer Analytics**, **Marketing Automation** und **Kampagnenmanagement**. Der Fokus liegt dabei auf dem Auf- und Ausbau von Kundenwissen als Basis für erfolgreiche Unternehmenssteuerung und effizientes Marketing. Die Analytiker der DYMATRIX verfügen über branchenübergreifendes Know-how aus über 1000 Projekten im Mittelstand und bei DAX-notierten Großunternehmen, bei Spezialanbietern sowie Marktführern.

Die Softwarelösungen basieren auf den jahrelangen Erfahrungen der DYMATRIX. Mit diesen Lösungen können Unternehmen ihre Kunden/Interessenten mit individualisierten Angeboten kanalübergreifend ansprechen. Sie können dadurch passende und inhaltlich relevante Botschaften und Angebote zum passenden Zeitpunkt, und damit auch in Echtzeit, über alle In- und Outbound-Kanäle anbieten. Basis bildet die integrierte Web- und Kundenanalyse, welche auf dem **historischen und gegenwärtigen Kundenverhalten** aufbaut.

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist seit August 2014 Teil der PI/A Performance Interactive Alliance, einer der führenden Unternehmensgruppen für Digital Strategy, Marketing und Analytics Automation sowie Services.

Mehr Informationen unter www.dymatrix.de

Pressekontakt:

Franziska Pürner

Telefon: +49 711 22 007 88-69

Telefax: +49 711 22 007 88-88

E-Mail: f.puerner@dymatrix.de