

Success Story.

DATA DRIVEN MARKETING – VON DER MARKETING-GIESSKANNE ZUR PERSONALISIERTEN CUSTOMER EXPERIENCE

Der lokale Energieversorger energis optimiert seine Marketing-Prozesse mit DynaCampaign für eine automatisierte und effiziente Kundenkommunikation und eine personalisierte Customer Journey.

Der Kunde

Als Tochtergesellschaft der VSE ist energis Teil einer großen saarländischen Unternehmensgruppe mit mehr als 100 Jahren Tradition in der Energiebranche. energis versorgt dabei große Teile des Saarlandes mit Strom und Erdgas, Wärme und Wasser, Telefonie und Internet und gilt dabei als führender Lokalversorger der Region. Der besondere Fokus des Unternehmens liegt dabei auf dem persönlichen Service vor Ort, maßgeschneiderten Angeboten und natürlich der räumlichen Nähe zu seinen Kunden. Und das zahlt sich aus: so gehören zu den Auszeichnungen von energis das FOCUS-MONEY-Siegel „Saarlands bester Stromversorger“ 2019 und der Titel „TOP Lokalversorger“ 2018 des Energieverbraucherportals.

Die Ausgangslage

energis stand vor der Herausforderung, Kundenprozesse zu vereinfachen, zu optimieren und vor allem zu automatisieren, um zukünftig personalisierte Multi-Channel Kampagnen durchführen zu können. Die Touchpoints E-Mail und Lettershop wurden intensiv genutzt, die Kommunikation erfolgte jedoch nach dem Gießkannen-Prinzip. Es fehlte die ganzheitliche Sicht auf den Kunden und eine Marketing Automation Lösung zur intelligenten Aussteuerung von personalisiertem Content. Wertvolle Umsatzpotentiale blieben daher lange Zeit ungenutzt, denn energis war, ohne eine 360-Grad-Kundensicht als Basis, nicht in der Lage eine individualisierte Customer Experience zu schaffen und seine Kunden langfristig zu binden.

PROJEKTUMSETZUNG

- + Zusammenführung und Zentralisierung der verschiedenen Datensilos in einer Customer Data Platform (CDP) mit 360-Grad-Kundensicht
- + Einführung der Marketing Automation Software DynaCampaign
- + Anbindung diverser Touchpoints, u.a. E-Mail, Lettershop und Umfrage-Tool
- + Etablierung von Machine Learning Verfahren zur Prognose der Kundenwertentwicklung und Identifizierung von Abwanderungsgefahr
- + On-going Beratung, Unterstützung im Betrieb und Know-How-Transfer

Ziel war es also, die alte Marketing-Gießkannenwelt digital zu transformieren, um einen neuen intelligenten und vor allem datenbasierten Marketingansatz für eine personalisierte und automatisierte Kundenansprache zu etablieren.

Die Projektleistung

Zunächst wurde eine Customer Data Platform (CDP) implementiert, die sich aus allen existierenden Datenquellen speist (u.a. SAP ISU, E-Mail Response, Webtracking, Lead Datenbank). Eine CDP stellt dabei nur die technologische Plattform dar. In einem zweiten Schritt galt es, Datenpunkte in der CDP intelligent zu verknüpfen, so dass ein Closed Loop entsteht. Der Begriff Closed Loop steht für das Konzept, die Effizienz von Kundenkommunikation zu steigern, in dem vorangegangenes Verhalten des Kunden in der Aussteuerung berücksichtigt wird. Die Voraussetzung dafür ist, sämtliche Reaktionen von Kunden und Interessenten, unter Berücksichtigung der individuellen Permissions, sowohl mit dem Kunden zu verknüpfen als auch mit Kampagnen zu mappen. Erst dieser Schritt macht aus einer CDP eine echte Customer Data Platform, in der Wirkungszusammenhänge zwischen Aktion und Reaktion kundenindividuell erkannt werden. So konnte die Datengrundlage für die Einführung der Omni Channel Marketing Automation Lösung DynaCampaign geschaffen werden, über die fortan zentralisiert und automatisiert die Kommunikationsmaßnahmen für alle Kanäle angesteuert werden. Neben der Einführung von DynaCampaign wurden auch analytische Optimierungsverfahren auf Basis von Machine Learning etabliert, die zur Individualisierung der Kundenansprache entlang der Customer Journey genutzt werden. So kann energis seine Marketingkosten zielgerichtet allokalieren und kündigunggefährdete Kunden einfacher identifizieren.

Der Nutzen

Durch die sehr gute und zielgerichtete Zusammenarbeit zwischen DYMATRIX und energis für die Architektur- und Prozessabbildungen konnte das Projekt effizient, schnell und wertsteigernd umgesetzt werden. energis war bereits nach wenigen Monaten in der Lage automatisierte und individualisierte Kampagnen auszuspielen und seine Kundenkommunikation ressourcenschonend, intelligent und vor allem datengetrieben zu steuern. Wertvolle Erkenntnisse über Kunden können nun über alle Kanäle hinweg gewonnen und wiederum für personalisierte Kampagnen über die gewünschten Kanäle genutzt werden. energis bietet seinen Kunden seither eine ganzheitliche und personalisierte Customer Journey. Zudem ermöglicht der Einsatz analytischer Modelle in Kombination mit DynaCampaign auch die Umsetzung komplexer Kampagnenstrecken, die Kunden mit dem relevanten Content zur richtigen Zeit und über den präferierten Kanal erreichen. Intelligent personalisierte Newsletter, integrierte Kundenbefragungen und Angebote runden eine gelungene Customer Experience ab.

”

Mit DynaCampaign sind wir nun in der Lage, unsere Kunden an jedem relevanten Punkt der Customer Journey nicht nur automatisiert, sondern auch personalisiert zu erreichen. Unsere Marketingprozesse sind dadurch um ein Vielfaches effizienter und erfolgreicher geworden, denn unsere Kunden stehen jetzt komplett im Fokus unserer Kommunikation.

“

Christophe Dezes

Digitalisierung – Operative Exzellenz, VSE AG



KEY FACTS

- Professionelle Projektumsetzung In-Time und In-Budget
- Individuelles Setup einer CDP und Marketing Automation
- Optimierte Prozesse und neue Ansätze in der Kundenkommunikation über alle Touchpoints entlang der Customer Journey
- Effiziente und ressourcenschonende Aussteuerung kundenzentrierter und kanalübergreifender Marketingkampagnen
- Datengestützte Wissensgenerierung, Kampagnenoptimierung und hochgradige Individualisierung durch analytische Modelle
- Umfassende Analysemöglichkeiten des Kundenverhaltens

Über die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist einer der führenden deutschen Lösungsanbieter für 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 Mitarbeiter der DYMATRIX verfügen über branchenübergreifendes Know-how aus über 1.500 Projekten im Mittelstand und bei DAX-notierten Großunternehmen, bei Spezialanbietern sowie Marktführern. Mit den Lösungen und Services von DYMATRIX können Unternehmen ihre Interessenten/Kunden mit individualisierten Angeboten kanalübergreifend ansprechen. Sie können dadurch passende und inhaltlich relevante Botschaften und Angebote zum richtigen Zeitpunkt, und damit auch in Echtzeit, über alle In- und Outbound-Kanäle anbieten. Basis bildet die integrierte Web- und Kundenanalyse, die auf dem historischen und gegenwärtigen Kundenverhalten aufbaut.