

# Success Story.

## ZIELGENAUE KOMMUNIKATION

führt Interessenten und Kunden „immo erst zu immowelt.de“

**Die Immowelt führt das Multi-Channel Kampagnenmanagement Tool DynaCampaign in rekordverdächtiger Zeit ein und erreicht seine Zielgruppe damit kanalübergreifend in Echtzeit.**

### Der Kunde

Immowelt.de ist einer der führenden Online-Marktplätze für Wohnungen, Häuser und Gewerbeimmobilien in Deutschland und gehört gemeinsam mit immonet.de zur Immowelt Group. Mit ihrer großen Reichweite bieten die beiden Portale Immobilienprofis sowie privaten Anbietern das perfekte Umfeld für die effiziente Vermarktung ihrer Immobilie. Dies wird durch leistungsstarke CRM-Software-Lösungen für die Immobilienwirtschaft ergänzt, die das gesamte Spektrum der modernen Immobilienvermarktung abdecken. Die effizienten Software-Produkte gehören zu den führenden Lösungen in der Branche und sind exakt auf die Bedürfnisse von Immobilienprofis abgestimmt.

### Ausgangslage

Bis dato wurden alle Selektionen zur Kundenansprache direkt auf der eigens entwickelten Kundendatenbank durchgeführt und daraufhin manuell für Kampagnen exportiert. Nach dem Zusammenschluss mit immonet.de, stand man nun vor der Entscheidung entweder das vom Schwesterunternehmen genutzte Kampagnenmanagement Tool zu übernehmen oder dieses komplett abzulösen. Hierbei standen für das technologiegetriebene Unternehmen Immowelt bestimmte Aspekte im Vordergrund: eine schnelle, reibungslose Implementierung, ein intuitives Bedienkonzept, autarke Weiterentwicklungsmöglichkeiten sowie ein regionaler Support innerhalb Deutschlands.

### PROJEKTUMSETZUNG

- + Anbindung von DynaCampaign an das bestehende Datawarehouse
- + Fachliche Unterstützung beim Aufbau von Schnittstellen zu den Touchpoints auf Basis der Standard Exportschnittstellen von DynaCampaign
- + Erstellung der Kontexte / Kontakt-historien-Tabellen und Anlegen aller Selektionskriterien
- + Einrichtung der ersten Kampagnen zusammen mit Immowelt
- + Schulung der Fachanwender und Administratoren

Zudem galt es, DynaCampaign in das bestehende Datawarehouse zu integrieren und bestehende Touchpoints anzubinden.

## Projektleistung

In einem minimalistischen Projektaufsatz wurde direkt nach der Datensichtung mit der Einrichtung von DynaCampaign begonnen. Die konzeptionellen Abstimmungen und Workshops sowie das Customizing der DynaCampaign Oberflächen und die Anbindung der Touchpoints E-Mail, Lettershop und Callcenter wurde in rekordverdächtigen 4 Wochen abgeschlossen. Direkt im Anschluss erfolgten eine Anwenderschulung und eine Power User Schulung. Mit letzterer ist immowelt.de nun nicht nur in der Lage automatisierte Kundenkommunikationsprozesse aufzusetzen, sondern auch das Tool eigenständig zu administrieren und weiter zu entwickeln.

## Nutzen

Durch einfache grafische Drag & Drop Selektionen in DynaCampaign kann nun eine zielgruppenspezifische Kundenansprache über die verschiedenen Kanäle (E-Mail, Lettershop, Callcenter) erfolgen. Zudem entfällt durch die Automatisierung der Prozesse im Kampagnenmanagement System das manuelle Datenhandling vor und nach Kampagnenausführung. So können Kampagnen einfach und ressourcenschonend zur Neukundengewinnung, für Cross- und Up-Selling-Aktionen, für Info- und Support Mailings oder für Messen-Kommunikation ausgespielt werden. Durch den Closed Loop Ansatz kann die Response direkt zur Steuerung nachfolgender Kundenkommunikation eingesetzt werden. Eine perspektivische Anbindung weiterer Kanäle wie z.B. Mobile oder Facebook ist einfach umsetzbar.

”

*Die kurze und reibungslose Projektumsetzung zur Einführung von DynaCampaign hat uns begeistert. Und durch die exzellente Schulung durch die DYMATRIX Mitarbeiter sind wir nun in der Lage das Kampagnenmanagementsystem völlig selbstständig und autark zu bedienen und für eine erfolgreiche Kundenansprache zu nutzen.*

Tobias Hartmann, Head of BI & Data Management



## KEY FACTS

- + Kurze Projektdauer (1,5 Monate) zur Einführung der Software
- + Aufsetzen der Kampagnenmanagement Software DynaCampaign auf das bestehende DWH
- + Anbindung von DynaCampaign an E-Mail Provider und Lettershop mittels Standardexportformaten
- + Eigenständige Nutzung, Verwaltung und Weiterentwicklung des Tools
- + Flexibilität bei zukünftiger Kanalanbindung

## Über die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH

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 Mitarbeiter der DYMATRIX verfügen über branchenübergreifendes Know-how aus über 1500 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.