



Success Story.

“MEIN HOTEL ZEIGT DIR DIE WELT”

Stadt, Land oder See, AIDA erreicht seine Kunden jederzeit personalisiert mit DynaCampaign

AIDA Cruises holt sich mit DYMATRIX einen langjährigen CRM-Experten an Bord und führt die Marketing Automation Lösung DynaCampaign ein.

Der Kunde

AIDA Cruises ist eine Marke des britisch-amerikanischen Kreuzfahrtunternehmens Carnival Corporation & plc für den deutschsprachigen Markt und gehört der südeuropäischen Tochter Costa Crociere S.p.A. Die gesamte Flotte der AIDA umfasst 13 Schiffe (u. a. AIDAaura, AIDAprima, AIDAsol) und bietet seinen Gästen mit einer Gesamtkapazität von 30.460 Betten Kreuzfahrten nach Nordamerika, Nord- und Westeuropa, Südostasien, Kanaren, Mittelmeer, Adria, Karibik, Ostsee, Orient und Indien an. Als der Marktführer für Kreuzfahrten in Deutschland beschäftigt AIDA Cruises 14.000 Mitarbeiter aus 50 Ländern, davon arbeiten 12.500 Personen an Bord und 1.500 an Land.

Die Ausgangslage

Mit dem Anspruch seine Kunden vor, während und nach der Reise mit einer individuellen, auf die Wünsche, Interessen und Bedürfnisse zugeschnittenen Kommunikation zu versorgen, stand AIDA Cruises vor der Herausforderung den Kunden ganzheitlich zu sehen.

Zu viele autarke Datensysteme und lediglich eine 270°-Kundensicht führten dazu, dass die Kommunikationsflüsse mit dem Kunden nicht einheitlich über alle Kanäle stattfinden konnten. So wurde beispielsweise das vorhandene E-Mail Marketing Tool Inxmail zwar zum Versand der Newsletter genutzt, es wurden aber keine Daten bzgl. der Response, wie Klick- und Öffnungsraten historisiert und für die nachfolgende Kommunikation eingesetzt.

PROJEKTUMSETZUNG

- + Zusammenführung und Konsolidierung verschiedener Datensilos
- + Aufbau eines zentralen CRM Data Mart mit einer 360°-Kundensicht
- + Einführung des Kampagnenmanagement Systems DynaCampaign
- + Anbindung der Touchpoints E-Mail, Call Center & Lettershop
- + Going-live Support und gemeinsames Aufsetzen der ersten Kampagnen

AIDA fehlte es an standardisierten, automatisierten Regelkommunikations- und Event-getriggerten Prozessen, um das gesamte Potential der On- und Offline-Kanäle konsolidiert und komplett auszuschöpfen.

Die Projektleistung

Um eine ganzheitliche 360°-Kundensicht zu ermöglichen, wurde im ersten Schritt eine zentrale Multi-Channel-Kundendatenbank auf einer von AIDA bereitgestellten Infrastruktur aufgebaut. Als Datenquellen hierfür diente das operative CRM, das Data Warehouse, die E-Mail- und die Newsletterdaten. Unter Anwendung des vielfach praxiserprobten DYMATRIX ID-Matchings wurde die erzielte Datenquelle konsolidiert und die vollumfängliche 360°-Marketing-Kundensicht generiert.

Die Implementierung der Marketing Automation Software DynaCampaign auf Basis der Multi-Channel-Kundendatenbank ermöglicht nun eine personalisierte Kundenkommunikation über die Touchpoints wie Lettershop, Call Center und E-Mail. Letzteres wurde nun auch so an das CRM Data Mart angebunden, dass Daten aus dem Klickverhalten der Newsletter-Empfänger im Closed Loop Ansatz in die 360°-Kundensicht rückgespielt und für die zukünftige Kommunikation genutzt werden können.

Der Nutzen

Durch die einheitliche Datenbasis und die 360°-Kundensicht können die Kennzahlen von Kunden und Interessenten abgeleitet und effizient in der Marketingstrategie eingesetzt werden. Der Closed Loop Ansatz ermöglicht nun eine kundenindividuelle und personalisierte Multi-Channel-Kommunikation entlang der gesamten Customer Journey. Event-getriggerte Kampagnen, beispielsweise beim Zahlungseingang oder beim Erreichen einer neuen AIDA-Clubstufe, können vollautomatisch gestartet und personalisiert in den Kundendialog integriert werden. Zudem kann das Kundenverhalten an den unterschiedlichen Touchpoints, wie z. B. im Reisebüro oder Online, nun auch für Cross- und Up-Selling-Aktionen genutzt werden.

Neue Datenquellen und Touchpoints können zukünftig einfach und flexibel in die bestehende Marketing Automation Lösung DynaCampaign integriert werden und eine individuelle Kommunikation an Bord, z. B. über Kabinen-TV, die AIDA-App oder das ausgedruckte personalisierte Tagesprogramm, stellen die nächsten Schritte dar.

”

Wir möchten, dass unsere Kunden ein einzigartiges Urlaubserlebnis haben und die Auszeit mit AIDA in positiver Erinnerung behalten. Dazu zählt auch die Kommunikation vor, während und nach der Reise. Mit dem Kampagnenmanagementsystem DynaCampaign von DYMATRIX können wir den Kunden und seine Bedürfnisse ganzheitlich entlang der Customer Journey in den Mittelpunkt aller Kommunikation stellen.

“

Olaf Oberländer
Senior Manager MyAIDA



KEY FACTS

- + Aufbau zentrales Datenmodell
- + Anbindung der Datenquellen E-Mail, CRM und DWH
- + Ableitung von marketingspezifischen Best Practice Kennzahlen zur Zielgruppenselektion
- + Aufbau zentrale Kontakthistorie und Bereitstellung im CRM
- + Implementierung DynaCampaign zur optimalen kanalübergreifenden Personalisierung entlang der Customer Journey
- + Anbindung Inxmail Professional

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.