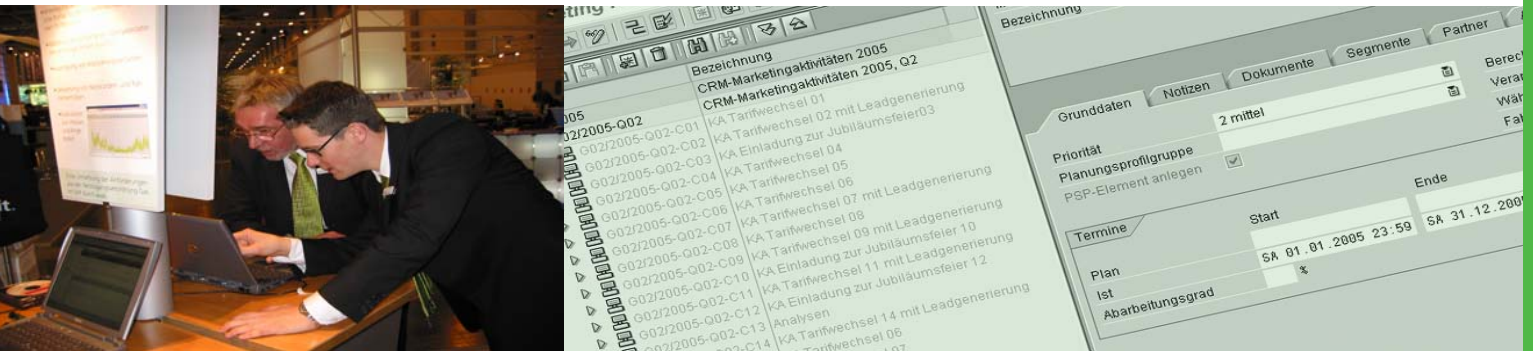


» CRM Marketing«

Gezielte Kundenansprache erfolgreich durchführen und managen mit SAP CRM Marketing im liberalisierten Energiemarkt



Die Nutzung der verschiedenen Kundendaten aus unterschiedlichen Quellsystemen für eine gezielte Kundensegmentierung und die Verwendung von automatisiert ablaufenden Marketingkampagnen (bspw. Eventkampagnen, Tarifwechsel) führt zu einem verbesserten Kosten- / Nutzeneffekt im Rahmen von vertriebsunterstützenden Marketingmaßnahmen. Anstelle des „Gießkannen-Prinzips“ erfolgt eine zielgerichtete und individuelle Kundenansprache und führt zu einer Optimierung der Kundenbeziehungen.

Die Lösung

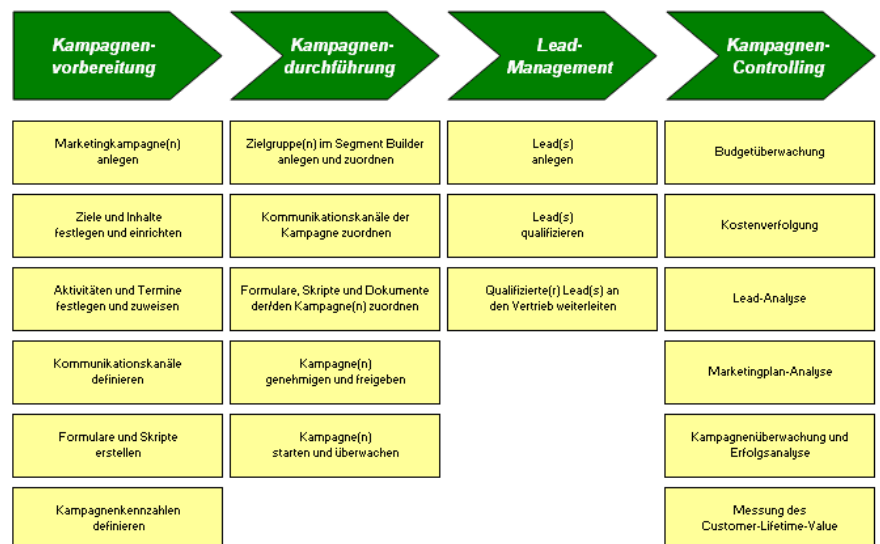
Durch den Einsatz der evu.it-Lösung basierend auf SAP CRM Marketing können strukturiert vertriebsunterstützende Marketingmaßnahmen durchgeführt werden, um

- dem richtigen Kunden
- das richtige Informations- und Leistungsangebot
- im angemessenen Kommunikationsstil
- über den richtigen Kommunikationskanal
- zum richtigen Zeitpunkt zu vermitteln.

Um dieses Ziel zu erreichen bedarf es der Identifizierung geeigneter Zielgruppen aus eigenen unternehmensweiten oder extern beschafften Da-

ten sowie einer zielgerichteten Ansprache mit Hilfe eines geeigneten Kampagnenmanagements. Zur Zielgruppenermittlung können unterschiedliche systemübergreifende Kri-

terien berücksichtigt werden. Hierzu zählen ebenso soziodemografische Daten als auch bspw. das Verbraucherverhalten oder die Beschwerdefähigkeit.



Kundensegmentierung

Im Bereich der Geschäftspartnersegmentierung erfolgt die Analyse der Zielgruppen mit Hilfe von SAP BW unter Berücksichtigung unterschiedlicher Quellsysteme (bspw. Verbrauchsdaten aus IS-U).

Die erstellte Zielgruppe steht nach Abschluss des Segmentierungsvorgangs für weitere Planung und Kampagnendurchführung zur Verfügung. Darüber hinaus können auch externe Adressdaten (External List Management) bei der Zielgruppenerstellung mit einbezogen werden.

- flexible Erstellung von Zielgruppen über eine zentrale Benutzeroberfläche (Segment Builder)
- Identifizierung potentieller Kunden durch Nutzung vorhandener Verbrauchs- und Abrechnungsdaten sowie deren Anreicherung mit „weichen“ CRM-Merkmalen (u.a. Kundenbeschwerden, Marketingmerkmale)

- einfache Verwendung von externen Adresslisten zur Erstellung von Zielgruppen (External List Management)
- flexible Bereitstellung von Kriterien für Zielgruppenselektionen aus CRM- und IS-U-Datenbestand
- Abbildung von frei definierbaren Marketingmerkmalen zur erweiterten Kundenkategorisierung (optional Aufbau einer Kunden-Balanced Scorecard)
- flexible Vergrößerung oder Verkleinerung bestehender Zielgruppen
- Erstellung von wieder verwendbaren Gruppen für die Zielgruppenerstellung (Mastergruppen)

Marketingplanung

In der Marketingplanung können zu den einzelnen Kampagnenelementen neben den geplanten und tatsächlichen Start- und Endterminen auch die verantwortlichen Mitarbeiter sowie entsprechende Notizen und Dokumente hinterlegt werden.

Darüber hinaus können durch die MS Project-Integration die Marketingpläne sowie deren Planelemente exportiert und entsprechend bearbeitet wieder zurück ins CRM-System importiert werden.

- hierarchische Abbildung der gesamten Marketingplanung über eine zentrale Benutzeroberfläche (Marketing Planner)
- grafische Abbildung der Marketingaktivitäten über CRM Marketingkalender oder MS Project
- flexible Erweiterung der Statusverwaltung um kundenspezifische Statusinformationen
- Ausprägung eines marketingspezifischen Berechtigungskonzeptes

Kampagnenmanagement

Mit Hilfe des Kampagnenmanagements können beliebige Marketing-

kampagnen geplant und durchgeführt werden. CRM Marketing bietet mit der Kampagnenautomatisierung über eine grafische browserbasierte Modellierungsoberfläche die Möglichkeit, Marketingkampagnen mit einem fest vorgegebenen Ablauf automatisiert und unter Berücksichtigung von Kundeninteraktionen (Response) innerhalb des Kampagnenverlaufs zu starten. Die Kampagnenausführung kann über die verschiedenen Kommunikationskanäle – Telefon (Outbound-Kampagnen über IC), Fax, eMail und / oder Rechnungsbeilage – erfolgen.

Im Rahmen von Mailingaktionen können Formulare und Fragebögen (Survey) verwendet werden. Diese ermöglichen auch für die Massenbearbeitung eine personalisierte Kommunikation mit potentiellen Kunden. Hierfür stehen Funktionen zur Verfügung, um Mailvorlagen für entsprechende Kommunikationskanäle (Brief, eMail, Fax, SMS) und darüber angesprochene Zielgruppen personalisiert zu erstellen.

- einfache und flexible Planung, Erstellung, Durchführung und Überwachung von komplexen Kampagnen mit Hilfe der Kampagnenautomatisierung
- Ausprägung von Kampagnenvorlagen für die Kampagnenautomatisierung
- automatische Anlage von kampagnenbezogenen Anruflisten bei Telefonkampagnen
- Ausprägung und Integration von personalisierten und kampagnenspezifischen eMail- und Briefformularen
- Einbindung webbasierter Internetformulare (Fragebögen) zur Erfassung von Kundeninteraktionen
- gezielte Kundenansprache über bestimmte Kommunikationskanäle (bspw. über Rechnungsbeilage oder eMail)