
Den Abo-Prozess beherrschen

Berthold Pospischil

Geschäftsbereichsleitung

DataM-Services GmbH

■ Kurzvorstellung

- **Berthold Pospischil**
Geschäftsbereichsleitung
DataM-Services GmbH



-
- **Abonnement und Abo-Prozess haben sich massiv gewandelt ...**

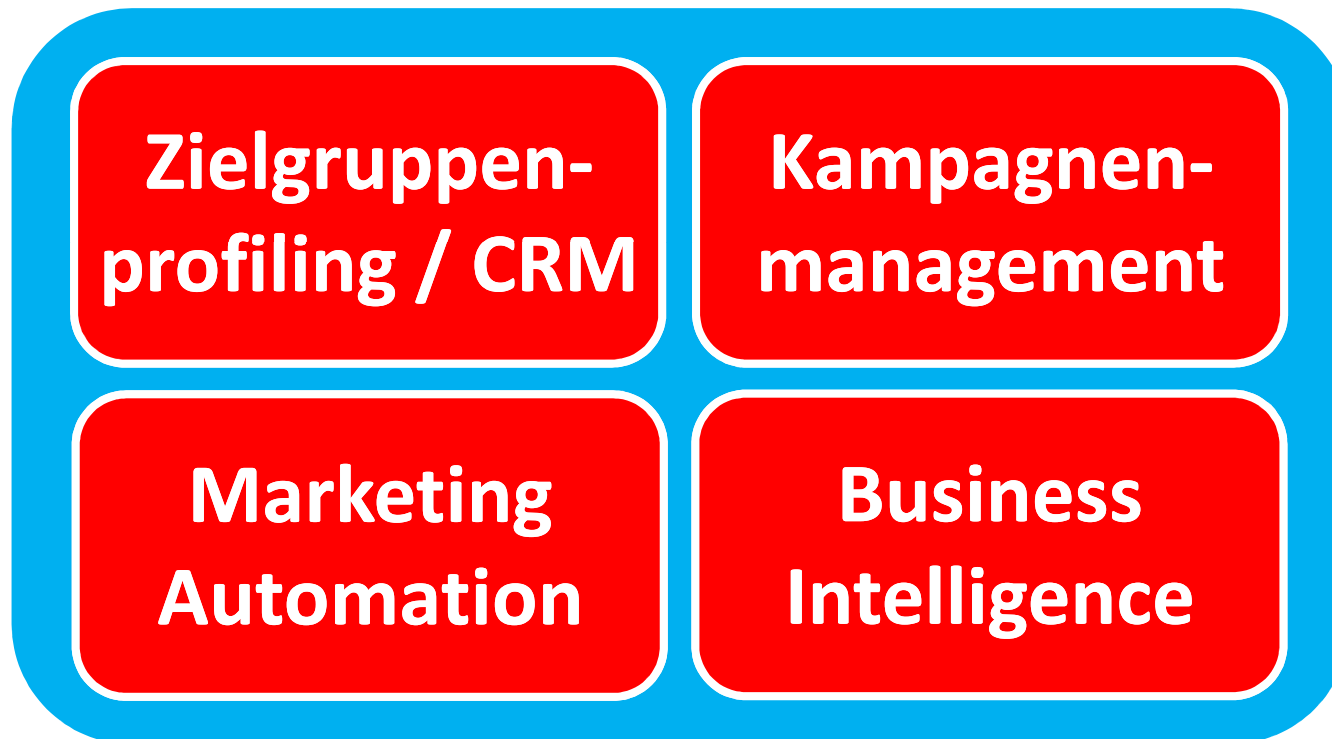
**Print-
Abonent**

... durch ein verändertes Nutzungs- und Informationsverhalten und einer immer stärker segmentierten Gesellschaft

- Heute steht der zentrale Geschäftspartner im Mittelpunkt



- **Die Erfolgsfaktoren für den modernen und innovativen Abo-Prozess**



- **Traditionelle Prozesse sind nicht weniger wichtig ... selbstverständlich**

Abo-Modelle

UWG und BDSG

Bestätigungsprozesse

Auftragsmanagement

Kundenservice

Bezahlssysteme

Fulfillment

Kommunikationskanäle

Inkassowesen

Kündigungsmanagement

Inbound Marketing

Erreichbarkeit

Zielgruppen-
profiling / CRM

Kampagnen-
management

Marketing
Automation

Business
Intelligence

- **Der marketingorientierte Abo-Prozess**

Wie können die vielfältigen Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden und Interessenten erkannt, bewertet und in adäquater Weise in Inhalte, Angebote und Dienstleistungen umgesetzt werden?

**Zielgruppen-
profiling / CRM**

**Kampagnen-
management**

**Marketing
Automation**

**Business
Intelligence**

■ Zielgruppenprofiling / CRM

- Von der Zielgruppe zur Zielperson
- 360 Grad Sicht auf den Kunden
- Kunden- und Interessentenprofile erkennen und erstellen
- Einsatz von Scoring-Modellen zur Clusterung und Bewertung von Kunden-/Interessentenpotenzialen
- Methoden zur proaktiven und permanenten Qualifizierung und Anreicherung vermarktungsrelevanter Merkmale

Zielgruppen-
profiling / CRM

Kampagnen-
management

Marketing
Automation

Business
Intelligence

■ Zielgruppenprofiling / CRM

- Fachinformation = Orientierung x (Kanal + Format + Zeitpunkt)
- Individualisierung / one-to-one Kommunikation/Interaktion
- Customer Journey - Die passenden Angebote für jede Zielperson in der jeweiligen Involvement-Phase
- Kommunikations-Präferenzen und situative Nutzung lernen
- Permissions und Sperrkonzepte
- Permanente Data Quality-Prozesse

Zielgruppen-
profiling / CRM

Kampagnen-
management

Marketing
Automation

Business
Intelligence

■ **Kampagnenmanagement**

- **Ein- und mehrstufige Kampagnenplanung und -steuerung**
- **Umfassende Aktion/Reaktion-Historie pro Geschäftspartner**
- **Jederzeitige Kampagnenkontrolle inkl. Soll/Ist-Abgleiche**
- **Kunden-Kontakt-Strategie und "Überwerbeschutz"**
- **Zentrale Steuerung digitaler Angebotsformen und E-Commerce-basierter Abo-Modelle**

Zielgruppen-
profiling / CRM

**Kampagnen-
management**

Marketing
Automation

Business
Intelligence

■ Marketing Automation

- Lead Generation-Prozess unter Einbindung aller verfügbaren Systeme, Kommunikationswege und Dienstleister
- Lead Scoring über Profile und Verhalten
- Nurturing Workflow mit automatisiertem Kampagnenplan und aktiver Steuerung der Aktion/Reaktion-Parameter
- Lead Monitoring und Lead Rating inkl. Zielerreichungskontrolle und Kampagnen-Forecast

Zielgruppen-
profiling / CRM

Kampagnen-
management

Marketing
Automation

Business
Intelligence

■ Business Intelligence

- Alle relevanten Marketing- und Vertriebskennzahlen auf einen Blick und einen Klick (Visualisierung und Intuition)
- Daten vernünftig sammeln, interpretieren, aggregieren, nutzen
- Ableitung aus den Geschäftszielen und Integration der originären Verkaufsprozesse
- Szenarios/Korrelationen für erfolgreiche Kampagnen oder neue Produkte und Dienstleistungen (Wechselspiel Aktion/Reaktion)
- Meta-Analysen

Zielgruppen-
profiling / CRM

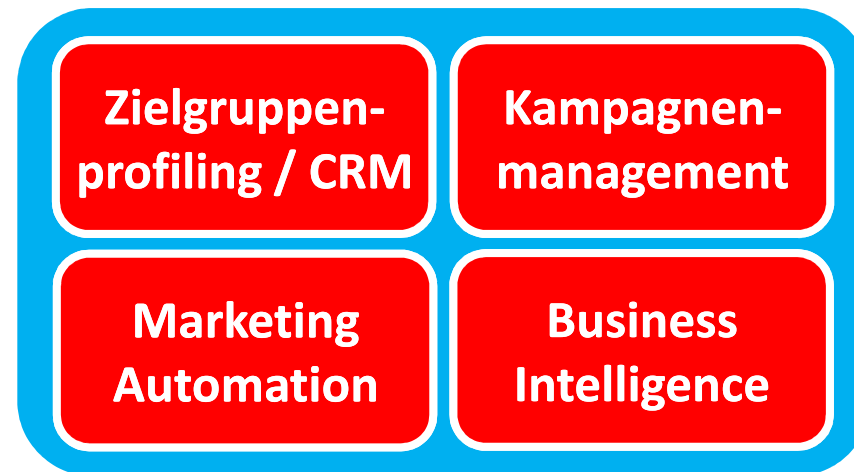
Kampagnen-
management

Marketing
Automation

Business
Intelligence

■ Den Abo-Prozess beherrschen

- **Motivierte Menschen**
- **Innovatives Denken**
- **Strukturierte Prozesse**
- **Sichere Systeme**



**Ich freue mich auf
Ihre Fragen und
weitere Gespräche.**

Vielen Dank!