

## Service-Tool

# Neue Perspektiven durch webgestütztes Mailing Management

In Zeiten immer knapper werdender Werbebudgets wird auch die Auswahl der Werbemedien und deren Einsatz im optimalen Marketingmix immer wichtiger. Das von der MS MAIL SERVICE mit der Raiffeisen Bank entwickelte MST Mailing-Service-Tool kann die Zukunftslösung dieser Herausforderung für viele Branchen sein.

VON CHRISTINE MÜLLER\*

Immer weniger Auftraggeber geben sich mit dem Erreichen der klassischen Kommunikationsziele zufrieden. Die Devise lautet heute: «Ganz schnell beim Kunden sein». Gleichzeitig steigen die Anforderungen an Zielgenauigkeit und Effizienz eines Mailings – Massenmailings werden aufgrund der grossen Streuverluste immer weniger. Neben der Erreichbarkeit der gewünschten Zielgruppe spielt die Individualisierung der Kommunikation eine wichtige Rolle – denn hier spiegelt sich der Wunsch der Menschen nach Einzigartigkeit wider – Geschmäcker, Verhaltensweisen und Werte der Menschen werden immer unvergleichbarer. Hierdurch haben sich auch die Erfolgsfaktoren für Unternehmen im Markt geändert – gerade in Anbetracht der Schnelligkeit, Individualität, zielgruppenspezifischen Ansprache und Authentizität. Die wichtigsten Geschäftsziele der Unternehmen sind daher, neue Kunden zu gewinnen, die vorhandenen Kunden länger an sich zu binden und den Umsatz pro Kunde zu steigern. Diese Änderungen der gesteckten Unternehmensziele bedingen auch Anpassungen in der Vorgehensweise.

## Vom Stammhaus in die Filialen

Früher wurden Mailingaktionen vorwiegend zentral aus den Stammhäusern der Banken, Versicherungen, von den Autoimporteuren etc. gesteuert, welche über das Know-how und die nationalen Datenbanken verfügten. Die Ergebnisse waren oftmals ernüchternd – denn entweder gelang es nicht, die örtlichen Händler, Filialen und Zweigniederlassungen auf eine gemeinsame Kampagne einzustimmen oder die Entscheidung wurde vom Stammhaus getroffen und die angegliederten Filialen einfach ins «Marketingabseits» gestellt.



Je globaler sich die moderne Welt darstellt, desto wichtiger ist es auch, die regionale Verwurzelung der Kunden/-innen zu berücksichtigen.

## Webgestütztes Mailing Management

Um hier trotz zentraler CI/CD-Vorlagen und ökonomischer Zielvorgaben eine Individualisierung zu ermöglichen, wurde in Zusammenarbeit mit dem Verband der RAIFFEISEN das MST Mailing-Service-Tool entwickelt. Diese Applikation sieht vor, dass sie zentrale Mailings anbietet und ins Netz stellt. Die Filialen/Bankstellen können hieraus das gewünschte Mailing selbst auswählen und individualisiert an ihre Kunden versenden. Hierfür loggen sich die Filialen in einen passwortgeschützten Bereich ein und bestimmen mit wenigen Klicks, welches Mailing sie einsetzen möchten. Anschliessend werden sie von einem Programm durch den Mailingablauf geführt. Dabei besteht die Möglichkeit, wie bei einem «Mailing-Baukasten» die Werbemittel am Bildschirm mit eigenem Absender, eigenen Unterschriften und sogar mit im Internet hinterlegten Bildern zu individualisieren. Darüber hinaus lassen sich am Bildschirm die Adressen der Zielgruppe selektieren – oder aber auch eine Anreicherung wie z. B. eine Telefonnummer für eine anschliessende Outbound-Aktion vornehmen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, jederzeit Einblick in den Status der Abwicklung zu nehmen, welche vom Dienstleistungspartner MS Mail Service AG ausgeführt wird.

## Mailing Management made in Switzerland

Das MST Mailing-Service-Tool ist ein hervorragendes, innovatives Konzept zur Optimierung der Wertschöpfungskette im Direktmarketing. Die webbasierende modulare Plattform ermöglicht eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Zentrale, Filialen und Dienstleister innerhalb fix vorgegebener und variabler Parametern. Die Prozesskette kann europäische Dimensionen annehmen und grenz- und sprachübergreifend eingesetzt werden. Die Anwendung bietet durch einen Online-Zugriff die Selektionsmöglichkeit des regionalen Adressenpools und ermöglicht den Netzwerkpartnern, jederzeit den Status der Mailingproduktion abzurufen. Weiter wird ein einfaches Online-Handling der Versandlistenkontrolle geboten und mittels des permanenten Kontrollstatus durch das Stammhaus via Bildschirm die Fehlerquellen minimiert. Hohe Wirtschaftlichkeit und die Kostenminimierung durch regelbasierende Kampagnen sprechen für das Mailing Management made in Switzerland.

\* CHRISTINE MÜLLER, CMO Direktmarketing/Prime Address Mitglied der Geschäftsleitung MS Mail Service AG

## 30 Jahre Know-how

Kompetenz für exzellente

Kundenbeziehungen – das ist das Credo der

MS Mail Service AG, die in diesem Jahr 30jähriges Jubiläum feiert.

