



OSF | DIGITAL

1:1

Personalisierung im Maßstab

So gestaltest du personalisierte
Erlebnisse, die Marketingleistung und
ROI verbessern

osf.digital



Inhaltsverzeichnis

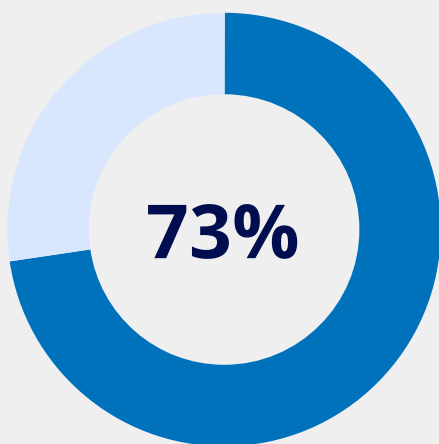
Einführung	3
Personalisierung zur Erreichung von Marketingzielen nutzen	4
Personalisierungslösungen	11
Mit Erfolg transformieren	13
Fazit	15

Einführung

Personalisierung während der gesamten Customer Journey ist eine wirksame Taktik, um die Kundenbeziehungen zu stärken und das Unternehmenswachstum zu fördern. Mit den richtigen Daten und dem richtigen Verständnis für deine Kunden kannst du deine Marketingstrategien so ausrichten, dass du deine Interaktionen in großem Umfang personalisieren kannst, was zu einem hervorragenden ROI führt.

Umfassende, verwertbare Daten helfen dir nicht nur, deine Kunden besser anzusprechen, sondern auch deinem Team, effizienter zu arbeiten. All dies zusammen führt zu besserem Kundenerlebnis, zu besseren Ergebnissen bei deinen Marketingmaßnahmen und zu einem besseren Wert deiner Marketinginvestitionen.

Mit der richtigen Gesamtstrategie zur Unterstützung und Umsetzung deiner Umstellung wirst du einen nachhaltigen, skalierbaren Erfolg erzielen können.



73% der Kunden
erwarten eine bessere
Personalisierung im Zuge des
technologischen Fortschritts¹

¹ State of the Connected Customer, Salesforce, August 2023



Personalisierung Zur Erreichung Von Marketingzielen Nutzen

Eine klare Vorstellung von deinen Marketingzielen hilft dir, deine Strategie zum Erfolg zu führen. Diese Ziele sollten sich auf den zukünftigen Zustand deiner Kunden, deines Marketingteams und deines Unternehmens beziehen.

Drei strategische Marketingziele:



Ein besseres Kundenerlebnis bieten



Höhere Produktivität im Marketing erreichen

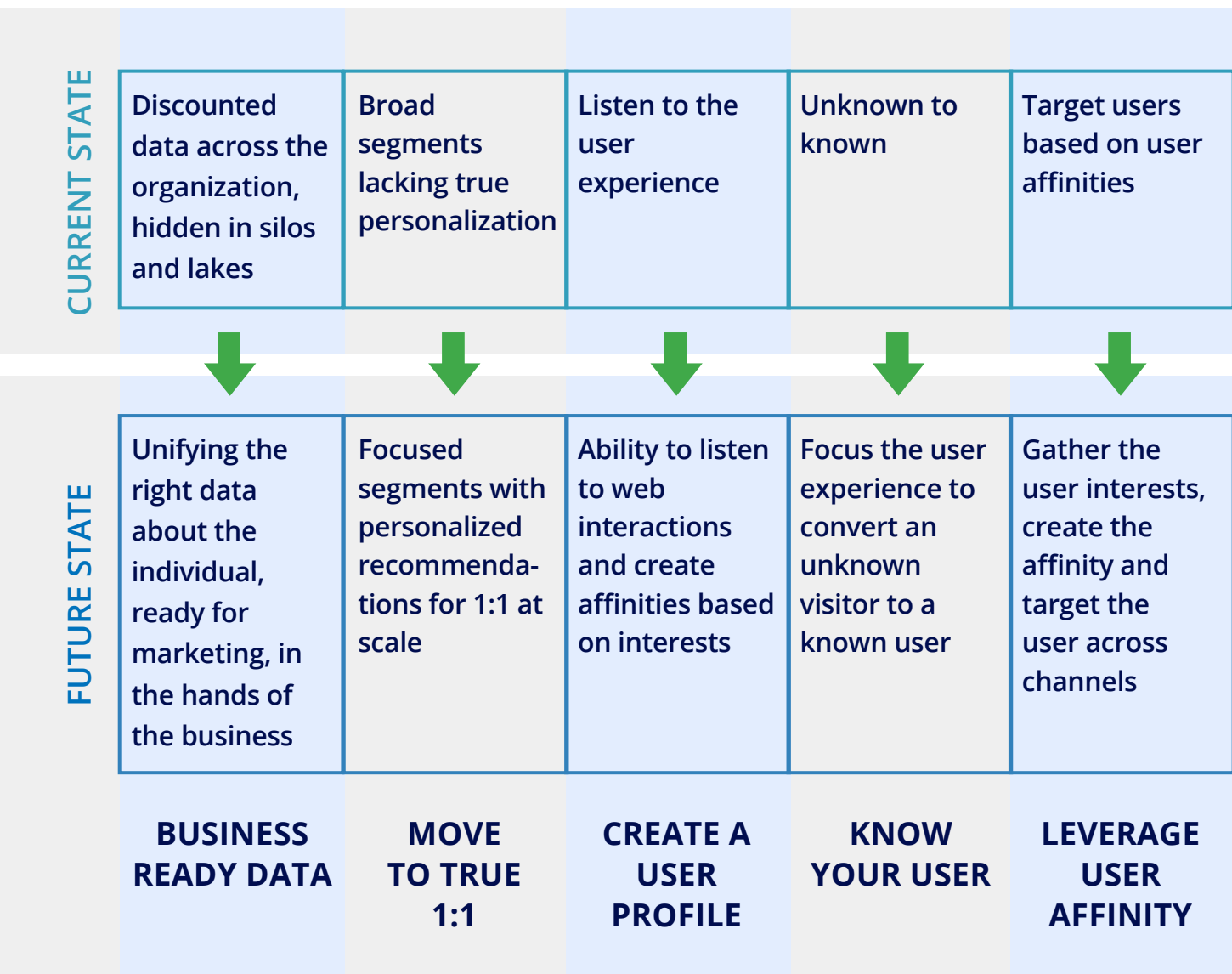


Den ROI der Marketingausgaben steigern

Was kannst du tun, um diese Ziele zu erreichen? Beginne damit, deine Kunden kennenzulernen. Schau dir den aktuellen Stand deiner Daten und deines Kundenerlebnisses an. Sind deine Kundendaten isoliert? Bist du in der Lage, deine Kunden für eine sinnvolle Zielgruppenansprache zu segmentieren? Kannst du das Verhalten deiner Kunden auf deiner Website verfolgen?

Identifiziere die Lücken in deinen Daten und Fähigkeiten, um Ziele für die zukünftige Entwicklung deiner Daten zu definieren.

Wichtige Veränderungen Im Personalisierungserlebnis



Der wichtigste Schritt besteht darin, deine Daten in deinem Unternehmen zu vernetzen. Auf dieser Grundlage kannst du in den folgenden Schritten die notwendigen Fähigkeiten freisetzen, um dein erstes Ziel zu erreichen: personalisierte Kundenerlebnisse zu schaffen.

1 Vereinheitliche deine Daten

Führe unterschiedliche Kundendatenquellen an einem Ort zusammen. Mit diesen vereinheitlichten Daten kannst du auch umfassende Profile erstellen, die du für gezielte Werbebotschaften segmentieren kannst. Sobald diese Daten vereinheitlicht sind, ist es einfacher, sie zur Aktivierung in dein MarTech zu integrieren.

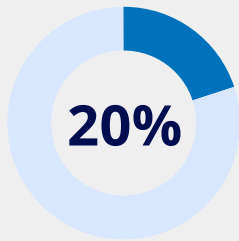
2 Kundenerlebnisse personalisieren

Nutze deine Daten und Erkenntnisse, um Kommunikation und Empfehlungen zu segmentieren und zu personalisieren. Füge 1:1-Personalisierung zu deinen Websites, mobilen Apps, E-Mails und SMS hinzu.

3 Gib deinem Kunden das Gefühl, gesehen zu werden

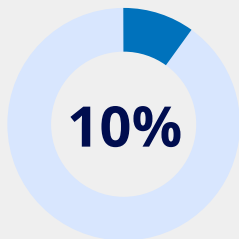
Nutze das bisherige Verhalten deiner Kunden, um gezielte Empfehlungen und Nachrichten zu liefern. Personalisiere ihre Erfahrungen bei aktuellen oder erneuten Besuchen sofort.

Dieses persönliche "Nur für mich"-Gefühl führt zu Ergebnissen wie Loyalität und einer höheren Kauffrequenz.



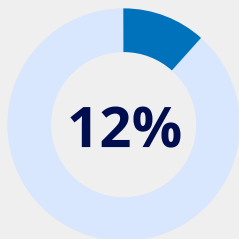
20% Erhöhte Öffnungsrate

Die Öffnungsraten (und Klickraten) steigen deutlich an, wenn umfassende Personalisierungsstrategien und Technologien eingesetzt werden, um deine Kundendaten zu optimieren.



10% Steigerung der Konversionen

Wenn du früh auf Erfahrungen abzielst, kannst du mit personalisierten Angeboten mehr Konversionen erzielen.



12% Rückgang der Fluktuation

Die Loyalität der Kunden steigt, wenn sie das Gefühl haben, dass sie von den Marken gesehen und verstanden werden.



Der nächste Schritt zur Erreichung deines Ziels, die Produktivität deines Marketingteams zu steigern, besteht darin, dich auf deine Marketingprozesse und -werkzeuge zu konzentrieren.

1 Systeme verbinden

Daten sind nicht das Einzige, das vereinheitlicht werden muss. Auch deine Plattformen sollten miteinander verbunden sein. So kann dein Team deine Daten aktivieren und kanalübergreifend einheitliche Botschaften und Kampagnen erstellen.

2 Demokratisiere die Daten

Schaffe eine einheitliche Sicht auf deine Kunden und Daten und mache sie von einem Ort aus unternehmensweit zugänglich. So kann dein Marketingteam die Qualität der Segmente verbessern, deine Daten analysieren und mehr Chancen erkennen.

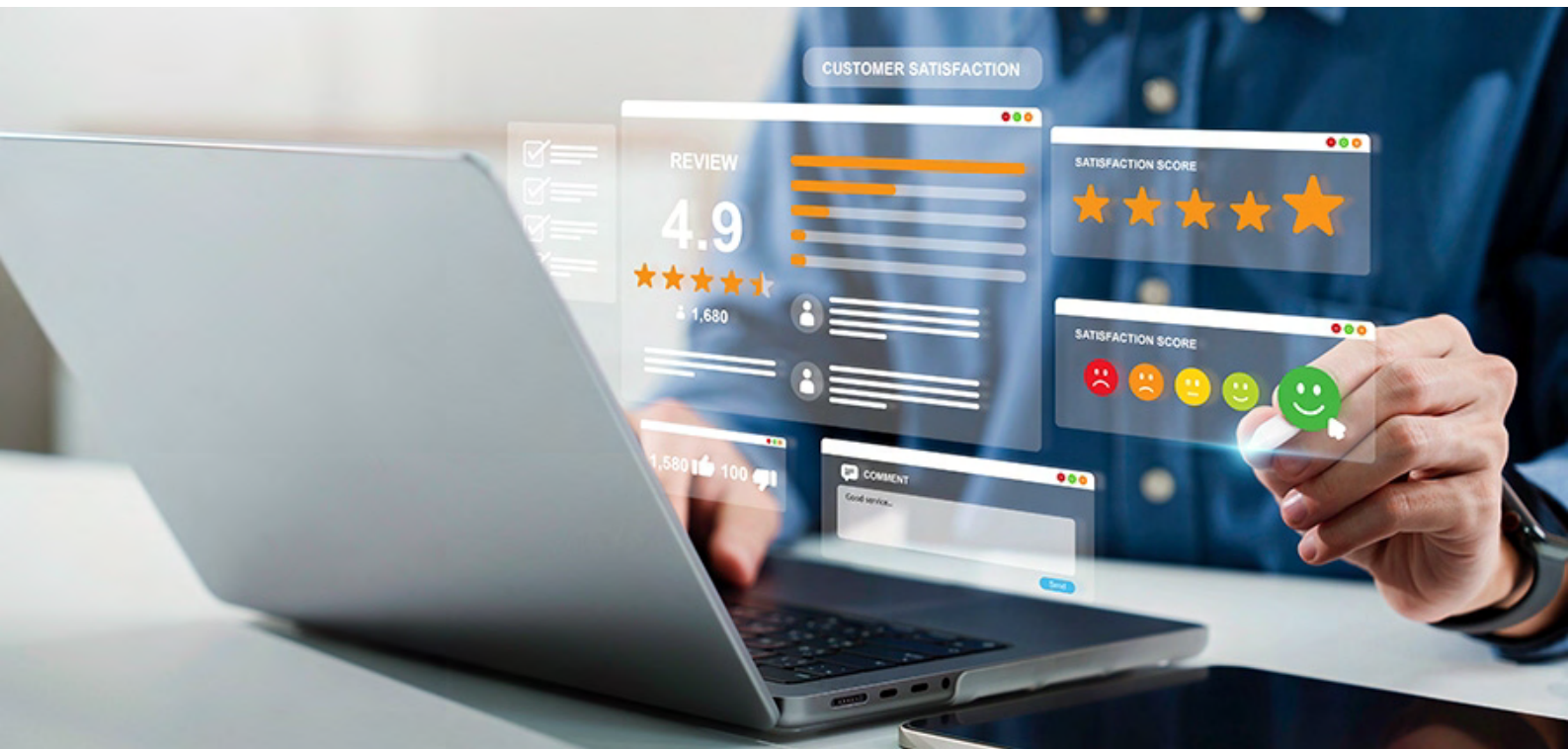
3 Effizienzen schaffen

Automatisiere Customer Journeys und Marketingprozesse für mehr Produktivität. Gib deinen Teams einen zusätzlichen Schub mit KI, um sie bei der Erstellung von Inhalten, prädiktiven Analysen und gezielten Interaktionen zu unterstützen. Du kannst auch die KI-gestützte Segmenterkennung nutzen, um versteckte Gruppen zu finden. Mit effizienteren Prozessen kannst du einen skalierbaren Ansatz für Personalisierung und Kampagnen wählen.

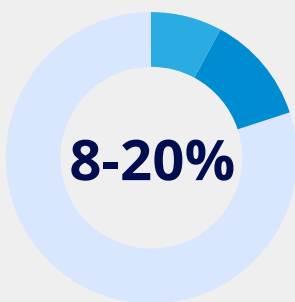


2 Eingesparte Stunden pro Mitarbeiter

Ein Angestellter kann 2 Stunden pro Woche einsparen, wenn er über konsolidierte Daten verfügt, die mit Salesforce Data Cloud an einem Ort genutzt werden können.



Wenn du die ersten beiden strategischen Ziele erreicht hast, nämlich ein besseres Kundenerlebnis und eine höhere Produktivität im Marketing, bist du bereits auf dem besten Weg, das dritte Ziel zu erreichen: die Steigerung des ROI deiner Marketingausgaben.



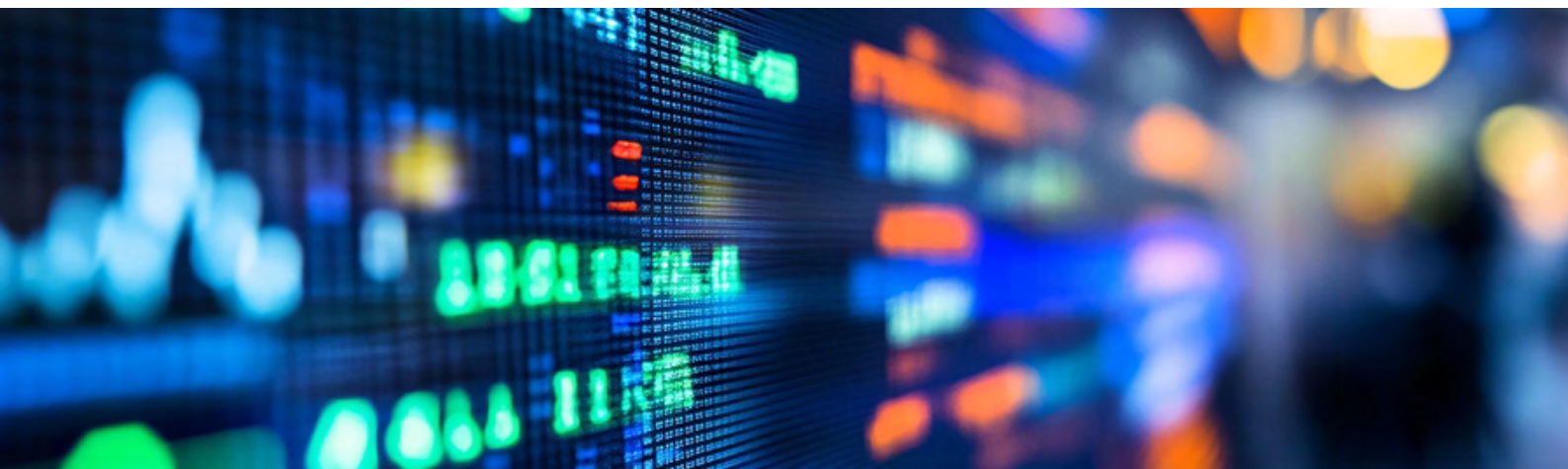
8-20% Umsatzsteigerung

In einem vollständigen Personalisierungsprogramm

Neben dem Erreichen deiner allgemeinen Geschäftsziele wirst du auch Vorteile für deine Kunden, Marketer und dein Unternehmen sehen.

Wichtigste Vorteile

Customer Experience	Marketers	Business
▲ Customer satisfaction	▼ Lower time to adapt campaigns	▼ Acquisition (CPA) costs
▲ Customer retention	▲ Open/click rates from messaging	▲ Return on ad spend
▲ Lifetime value	▲ Opportunity identification	▼ IT costs to run technology
▲ Referral rate / word of mouth	▼ Automation driving BAU costs	▲ Budget allocation to channels
▼ Return rates	▼ Data analysis resources needed	
▲ Purchase frequency	▼ Time to learn on new products	
	▲ Deeper segment understanding	



Personalisierungslösungen

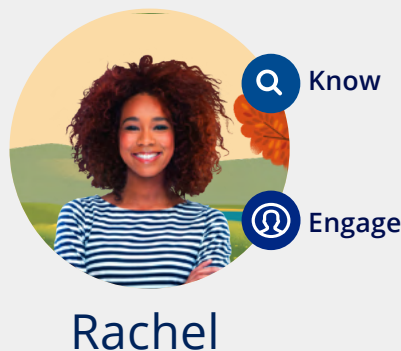
Mit vernetzten Systemen und vereinheitlichten Daten kannst du den Idealzustand erreichen, in dem du in Echtzeit personalisierte Erlebnisse in großem Umfang bieten kannst.

The Ideal State

Connected systems

-  Web behavior
-  Social
-  CRM
-  Data warehouse
-  Analytics
-  ESP

Unified profile



Real-time, 1:1 experiences at scale



Diese Taktiken können in dein Personalisierungsprogramm integriert werden, damit du schneller Ergebnisse siehst.

Kundenbindung

Nutze personalisierte Erlebnisse auf deiner Website und in deiner Kommunikation, um die Kundenbindung zu erhöhen. Personalisiere das Nutzererlebnis auf der Website, indem du mehrere Erlebnisse für verschiedene Nutzersegmente erstellst. Beispiele für Segmente sind "Neu", "Wiederbestellung", "Neue Produkteinführung", "Datum der letzten Bestellung" usw.

Personalisierung von Inhalten

Bei inhaltsreichen Websites kannst du die Inhaltsbereiche der Startseite mit Empfehlungen für Angebote oder Inhalte personalisieren, die für die Kundeninteraktion und -suche relevant sind.

Lead Nurturing

Nutze die Personalisierung, um die Besucher der Website zu einer Aktion aufzufordern, z. B. zum Ausfüllen eines Formulars oder zur Angabe einer E-Mail-Adresse. Gib diese E-Mail-Adresse an den ESP weiter, um die Kundenpflege zu verbessern, und nutze dann die progressive Profilierung, um weitere Informationen über den Kunden zu sammeln. Personalisiere außerdem das Web und die E-Mails auf der Grundlage von Benutzeraffinitäten.

UX Personalisierung

Nutze A/B-Tests, um Konversionen zu testen und zu steigern. Nutze die Personalisierung, um Inhalte auf bestimmten Seiten und Inhaltsbereichen dynamisch zu ändern, um Kontroll- und Testgruppen und deren Konversionen zu testen. Das Ziel ist es, herauszufinden, welche Texte und welches UX-Design besser funktionieren.

Preis Testen

Richte dich mit spezifischen Produktempfehlungen an verschiedene A/B-Testgruppen. Verwende ein Rezept, um sicherzustellen, dass jeder Testgruppe ein bestimmtes Produkt angezeigt wird. Leite die Nutzer/innen in den Testgruppen, die versuchen, das Produkt mit dem ursprünglichen Preis anzusehen, zu dem Produkt um, für das sie berechtigt sind.



Mit Erfolg Transformieren

Die Umgestaltung deines Unternehmens ist zeitaufwändig und kann eine große Investition sein. Sie kann viele Veränderungen in den Prozessen und Denkweisen sowie die Akzeptanz durch alle Mitglieder deines Teams erfordern. Um den Erfolg der Veränderungen zu sichern, musst du das Vertrauen in diese Umstellung sicherstellen. Dein Unternehmen muss Vertrauen in die verschiedenen Aspekte der Umstellung haben.

Vertrauen in die Vision

Sind wir zuversichtlich, dass unsere Führungskräfte auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet sind?

Vertrauen in die Technologie

Sind wir zuversichtlich, dass wir die für das Kundenerlebnis erforderlichen Fähigkeiten verstehen?

Vertrauen Ändern

Sind wir zuversichtlich, dass unsere Menschen und unser Ökosystem es annehmen werden?

Kulturstiftung

Fühlen wir uns wohl, wenn wir uns mit der Geschwindigkeit des Ausführungsplans unwohl fühlen? Ist es akzeptabel, schnell zu scheitern?

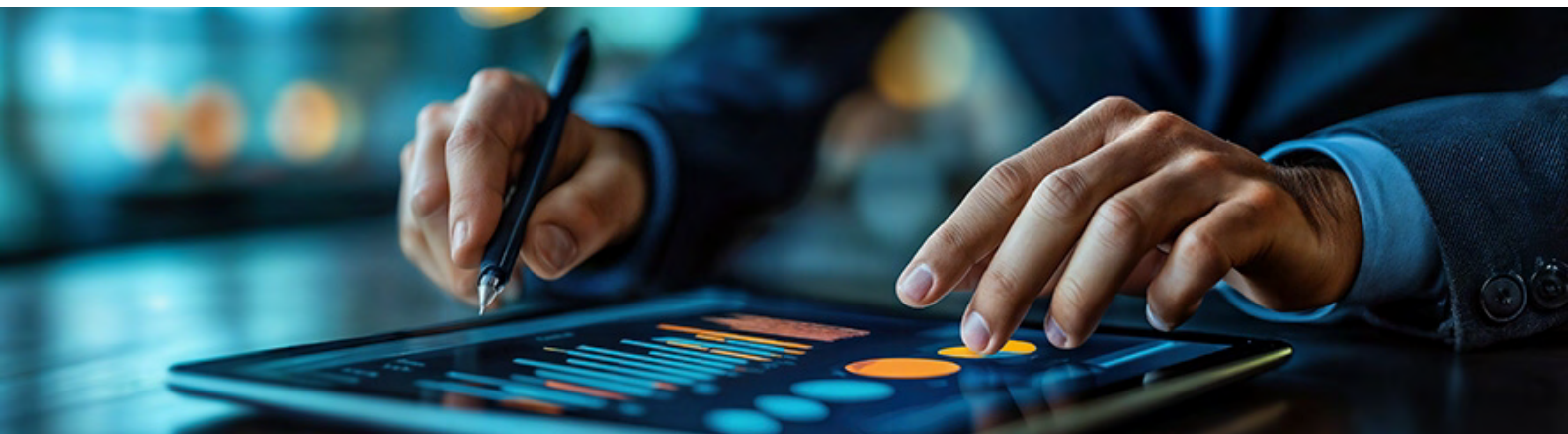
Finanzielles Vertrauen

Sind wir zuversichtlich, dass die Investitionen notwendig sind, um die meilensteinbasierten Ergebnisse zu erreichen?

Daten

Wissen wir, welche Daten wir haben und brauchen, sowie deren Qualität, Besitz, Verwaltung und Zugänglichkeit?

Wenn dieses Vertrauen vorhanden ist, gibt es eine Abstimmung zwischen deinen Teams, die die Akzeptanz deiner neuen Lösung erhöht, so dass dein Unternehmen schneller von den Vorteilen profitieren kann.



Fazit

Der Weg zur Personalisierung ist nicht nur ein technologisches Upgrade, sondern ein strategischer Wandel, der die Kundenbeziehungen neu definieren und das Geschäftswachstum erheblich steigern kann. Durch die Nutzung umfassender und verwertbarer Daten können Unternehmen personalisierte Erlebnisse schaffen, die bei den Kunden ankommen und zu einer stärkeren Loyalität, höheren Konversionsraten und letztlich zu einem deutlichen Umsatzanstieg führen.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Vereinheitlichung der Daten im gesamten Unternehmen, der nahtlosen Integration in Marketingtechnologien und der Förderung einer Kultur des Vertrauens und der Zusammenarbeit. Dieser Ansatz verbessert nicht nur das Kundenerlebnis, sondern ermöglicht es den Marketingteams auch, effizienter zu arbeiten, die Produktivität zu steigern und die Rendite der Marketinginvestitionen zu maximieren. Wenn du deine Daten nutzt, um ein besseres Kundenerlebnis zu schaffen, und sie zusammen mit deiner MarTech-Lösung einsetzt, um die Produktivität zu steigern, kannst du den ROI deiner Marketingaktivitäten verbessern und die Vorteile für deine Kunden, dein Marketingteam und dein Unternehmen erkennen.

Mit der Weiterentwicklung der Technologie steigen auch die Kundenerwartungen. Diese Erwartungen durch personalisierte Interaktionen zu erfüllen, ist nicht mehr optional, sondern unerlässlich, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit einer ganzheitlichen Personalisierungsstrategie können Unternehmen einen nachhaltigen, skalierbaren Erfolg erzielen und sicherstellen, dass sie an der Spitze ihrer Branche bleiben und ihren Kunden einen außergewöhnlichen Mehrwert bieten.

OSF | DIGITAL

OSF Digital kann dir mit einem unserer drei Pakete von Fundamentals bis Enterprise dabei helfen, eine 1:1-Personalisierung im großen Maßstab zu erreichen.

Das Team von OSF Digital kann auch eine Diagnose erstellen, um das Vertrauen zu messen, das du in deinem Unternehmen hast, bevor du eine große Umstellung startest.

[Kontaktiere Uns, Um Mehr Zu Erfahren](#)

**DANKE FÜRS
LESEN**

Bleib mit uns in Kontakt

