



Stark im Wettbewerb ist, wer jeden Kunden über den Kanal ansprechen kann, den dieser bevorzugt.

Geid Altmann / pixelio.de

Multichannel-Kommunikation als Erfolgsbaustein

Kommunikation und Informationsbeschaffung finden heutzutage auf unterschiedlichsten Kanälen statt. Menschen lesen Briefe, E-Mails und SMS-Nachrichten. Zudem sind sie auf Websites, Wiki- und Webportalen sowie in sozialen Netzwerken unterwegs. Diesen Umstand können Anbieter für sich nutzen. Denn wer Verbraucher sowohl über Print- als auch über Digitalkanäle anspricht, kann seine Marktanteile und seinen Geschäftserfolg deutlich erhöhen.

Ganz gleich, ob gedruckte oder elektronische Medien: Bestehende und potenzielle Kunden über den richtigen Kanal anzusprechen ist für Anbieter oftmals wettbewerbsentscheidend. Eine zielgerichtete Multichannel-Strategie kann dabei helfen. Nachfolgend die wichtigsten Aspekte.

Wunschkanäle nutzen

Der Verbraucher nimmt die heutigen Wahlmöglichkeiten aktiv wahr. Er kann

sich frei für Anbieter entscheiden, die seinen individuellen Ansprüchen und Wünschen entgegenkommen – auch, was die Kommunikationswege angeht. Entsprechend reagieren Verbraucher eher auf Botschaften, die sie über ihren bevorzugten Kanal erhalten. Umgekehrt kann eine Botschaft, die über den „falschen“ Kanal kommt, wirkungslos verpuffen. Wer also Verbraucher erreichen sowie Kunden gewinnen und binden will, kommuniziert mit ihnen auf deren Wunschkanälen.

Omnipräsenz zeigen

Das digitale Zeitalter ist durch fragmentierte Kommunikationskanäle geprägt. Sie erstrecken sich neben traditionellen Printmedien auch über digitale Endgeräte wie PC, Tablet oder Smartphone. Da Verbraucher heute meist mehrere verschiedene Medien nutzen, ist eine nahtlose medienübergreifende Kommunikation gefragt. Durch diesen synchronisierten Ansatz präsentiert sich dem Empfänger eine einheitliche Kommunikationsoberfläche, die alle Kanäle in sich vereint und als stimmig erlebt wird. Das ist Omnichannel-Kommunikation, die Königsdisziplin der Multichannel-Kommunikation.

Interaktion ermöglichen

Dank moderner Technik eröffnet Multichannel-Kommunikation weit mehr

Optionen als die effektive Zielgruppenansprache durch Informationsversand über alle relevanten Kanäle. Anbieter, die das Potenzial ausschöpfen wollen, setzen auf Dialog und Interaktion: indem sie Empfängern beispielsweise ermöglichen, direkt auf Informationen zu reagieren und sogar Transaktionen abzuschließen. Die Möglichkeiten sind nahezu grenzenlos und reichen von Antwortkarten, Webformularen und E-Mail-Kontaktangeboten bis zu Datei-download und Online-Bestellung.

Umsetzung optimieren

Für größtmöglichen Kommunikationserfolg zählt nicht nur der richtige Kanal, sondern auch die richtige Botschaft zur richtigen Zeit. Vor allem Bestandskunden wünschen sich inhaltlich und terminlich relevante Kommunikationsinhalte. Denn sie erwarten, dass ihr Anbieter sie gut genug kennt, um zu wissen, was sie zu welchem Zeitpunkt interessiert. Diese Herausforderung lässt sich meistern – mit integriertem Datenmanagement. Dafür werden Kun-

Für jeden Bedarf die passende Lösung

OMS-500 Als einheitliche Output-Management-Plattform für Print- und E-Mail-Kommunikation übernimmt diese Lösung die mediengerechte Aufbereitung von Dokumenten und die automatisierte Steuerung des Postausgangs – auch bei personalisierten und individuellen Sendungsinhalten.

Neopost e-Services Diese Portallösung für papierbasierte und digitale Kommunikation ermöglicht einerseits die hybride Postbearbeitung (Hybridmail), bei der Briefproduktion und Versand outgesourct werden. Andererseits lassen sich Transaktionsdokumente empfängerspezifisch in unterschiedlichsten Formaten über nahezu jeden Kanal elektronisch versenden.

mail4business Mit dieser All-in-one-Lösung, ähnlich einer Flatrate, können Unternehmen die gängigsten Versandwege flexibel nutzen, ob papierbasiert oder digital (z. B. PDF-Dokumente per E-Mail oder E-Rechnungen als strukturierte Datensätze). Der monatliche Fixpreis schließt Hardware, Software und digitale Services ein (zzgl. Porto für postalische Sendungen).

GMC Inspire Softwaresuite Speziell fürs Customer-Communication-Management entwickelt, ermöglicht diese Lösung eine durchgängige Marketingkommunikation über alle Print- und Digitalkanäle hinweg: einschließlich Personalisierung und Individualisierung der Kommunikationsinhalte sowie terminierter Zustellung über den kundenseitigen Wunschkanal.

Human Inference Die Datenmanagementlösungen von HI können Kontaktdaten prüfen, validieren, ausbessern und anreichern. Zudem führen sie Kundendaten in einem Gesamtprofil zusammen und helfen dabei, Kommunikationspartner automatisch und korrekt zu identifizieren.

Data Improver Diese neuartige und kostengünstige Online-Portallösung bietet fünf Prüf-/Korrekturdienste für Kontaktdaten. Dabei werden Postanschriften, E-Mail-Adressen und Telefonnummern auf Integrität geprüft. Falls nötig werden sie verbessert oder auch ausgesondert (in eine Verstorbenen- bzw. eine Unzustellbarkeitsliste).

Mehr zum Thema

Weitere Informationen finden Sie im aktuellen Whitepaper: „Was ist Multichannel-Kommunikation? Warum sie so wichtig für Unternehmen ist“. Das Dokument können Sie im Internet kostenfrei abrufen unter: www.neopost.de/whitepaper-multichannel-kommunikation



denndaten aus verschiedenen Abteilungen wie Vertrieb, Service oder Marketing in einem System zusammenführt. So entsteht eine ganzheitliche Sicht auf jeden Kunden, und alle nötigen Informationen sind immer parat: von Kontaktdaten über Produktkäufe und Servicenutzung bis hin zur Kommunikationshistorie. Das ermöglicht, Botschaften und Übermittlungszeitpunkt optimal auf den einzelnen Kunden abzustimmen und eröffnet neue Chancen für Cross- und Up-Selling.

Mindestens ebenso wichtig ist die Integrität von Kontaktdaten bestehender und potenzieller Kunden. Oft genug steht und fällt damit der Kommunikationserfolg. Korrekte und verlässliche Daten gewährleisten, dass Botschaften den gewünschten Empfänger erreichen. Außerdem verhindern sie teure Rückläufer und kontraproduktive Mehrfachsendungen an denselben Adressaten.

Potenziale ausschöpfen

Multichannel-Kommunikation erhöht Response-Raten sowie Markenpräsenz

und sorgt für ein rundum stimmiges Markenerlebnis. Sie hilft, Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden zu binden. Sie steigert die Kundenzufriedenheit und verbessert das Markenimage. Aber sie kann noch viel mehr, wenn die genutzten Tools perfekt auf ein Unternehmen zugeschnitten sind. Dann wird Multichannel-Kommunikation auf einmal ganz einfach, verschlankt die Prozesse und spart Zeit sowie Kosten. Gut also, wenn man einen erfahrenen Technologiepartner an seiner Seite hat. Einen Partner wie Neopost, der ein breit gefächertes Portfolio bietet und dadurch bedarfsgerecht sowie produktübergreifend beraten kann. So findet jeder genau die Multichannel-Lösung, die am besten zu ihm passt.

Weitere Informationen:
www.neopost.de