

# Customer Data Management im Verlagswesen



## HERAUSFORDERUNGEN

- ▶ **Sinkende Auflagen, schrumpfende Märkte und bröckelnde Kundenbindungen erzwingen Reaktion:** Die Anforderungen an Service und persönliche Empfehlung steigen.
- ▶ **Aufbau einer langfristigen Kundenbeziehung:** individuelle Kommunikation, hohe Geschwindigkeit und kompetenter Kundenservice steigern Kundenzufriedenheit und verhindern Abo-Kündigungen.
- ▶ **Trend zum digitalen und Multi-Channel-Vertrieb:** On- und Offline-Daten aus den verschiedensten Kanälen und Datenquellen müssen in Echtzeit gegeneinander abgeglichen werden.
- ▶ **Fehlendes Vertrauen in die eigenen Daten und erschwerte Identifikation über verschiedene Kanäle hinweg:** Unsaubere und unvollständige Kundendaten führen zu einer verwässerten Kundensicht und verhindern Up- und Cross-Selling-Potenziale

## VORTEILE 360°-SICHT

- ▶ Valide und saubere Kundendaten ermöglichen ein effizientes Kundendatenmanagement
- ▶ Aktuelle, korrekte und konsistente Daten ermöglichen den kanal- und systemübergreifenden Abgleich der Daten, wodurch Verlage die 360°-Sicht auf ihre Kunden erhalten.
- ▶ Der Kunde wird in seinen verschiedenen Rollen – wie Abonnent, Contributor, Autor – und in den unterschiedlichen Kanälen in Echtzeit erkannt.
- ▶ Durch die Möglichkeit zur einfachen und schnellen Datenanreicherung, beispielsweise Historie, Vorlieben und Interessen der Abonnenten, werden Kundenprofile schärfer – eine zielgerichtete, individuelle Kundenansprache ist möglich.
- ▶ Up- und Cross-Selling-Potenziale werden über die verschiedenen Kanäle hinweg erkannt und Kunden werden über die gesamte Customer Journey hinweg bestmöglich betreut.

## HERAUSFORDERUNGEN

Das digitale Medienzeitalter sowie die Konkurrenz von Web-Zeitungen und elektronischen Zeitschriften stellen die Verlagsbranche vor große Herausforderungen. Die klassischen Zeitungs- und Zeitschriftenangebote erfordern durchdachte Marketing-Strategien, um Kundenfluktuationen einzudämmen und neue Kunden zu gewinnen. Zudem müssen die Angebote im Bereich der Online-Medien weiterentwickelt und stark ausgebaut werden. Hier liegen große Potenziale in digitalen Vertriebsstrategien, die aber nur dann Erfolg versprechen, wenn die Unternehmen in der Lage sind, schnell auf Kundeninteressen zu reagieren. Die Verlagerung vom analogen zum digitalen Vertrieb fordert grundlegende Veränderungen der Strukturen: der Kunde steht im Mittelpunkt, die Geschwindigkeit von Entscheidungen und Reaktionen nimmt erheblich zu.

## SMART CUSTOMER MDM

Der Vertrieb von Medien – egal, ob analog oder digital – setzt ein stringentes und professionelles Data Management voraus. Mit Smart Customer MDM bieten wir eine Master-Data-Management-Lösung, die in Verlagen für korrekte Kundenstammdaten sorgt. Daten werden einfach und schnell aus unterschiedlichen Quellen integriert, von Dubletten bereinigt und zuverlässig vor Verunreinigung geschützt. Der manuelle Aufwand zur Datenbereinigung wird minimiert, die operativen Prozesse werden optimiert und die Daten-zukäufe reduziert. Durch die Bildung von Golden Records erhalten Verlagehäuser einen 360° Customer Data View. Die daraus resultierenden besseren Kundenanalysen und ein intensiveres Kundenverständnis sind die Voraussetzungen für einen zukunftsfähigen Vertrieb der Verlagsprodukte. So versetzen wir Verlage in die Lage, mit gezielten Marketingmaßnahmen Leser zu binden und Neukunden zu akquirieren.

Smart Customer MDM bricht die Datensilos in den Verlagen auf und ermöglicht so zeitnahe Einsichten in und Anpassungen an das komplexe Kundenverhalten über alle Kanäle hinweg. Marketing und Vertrieb können so die Trends und Up- und Cross-Selling-Potenziale aus den verschiedenen

Moderne Verlage nutzen mittlerweile alle zur Verfügung stehenden Vertriebskanäle, um mit ihren Produkten die gewünschte Leserschaft zu erreichen. Dies erschwert eine eindeutige und vor allem zeitnahe Identifikation der Kunden und verlangt nach einer funktionierenden Identity Resolution. Ansonsten wird der Kunde in seinen verschiedenen Rollen nur schwer systemübergreifend erkannt, Cross- und Up-Selling Potenziale werden so nicht wahrgenommen.

Große Datenbestände werden oft lange Zeit nicht aktualisiert, bereinigt und gepflegt. Das kann fatale Folgen haben: Fehlerhafte und veraltete Anschriften belasten die Verbindung zum Kunden in Form von verspäteten, fehlgeleiteten oder doppelten Sendungen. Die Retourenquote und die Kosten steigen.

Kanälen nutzen, die Geschwindigkeit steigern („Time-to-Market“) sowie neue Zielgruppen erschließen. Die Geschwindigkeit im Online Business wird ebenfalls sichergestellt. Mit der Steigerung der Datenqualität kann die Verwaltung von Abonnenten und Kunden wesentlich effizienter, kostengünstiger und serviceorientierter durchgeführt werden.

Mit der MDM-Lösung von Uniserv gehören aufwändige Programmierungs- und Anpassungszeiten sowie langwierige Wartungen der Software der Vergangenheit an. Die Einführung von Smart Customer MDM erfordert kein komplexes Integrationsprojekt und keine Veränderungen der vorhandenen Datenmodelle. Die auf dem Prinzip der Lean Integration basierende Vorgehensweise ermöglicht es, schnell erste operativ nutzbare Ergebnisse vorzuweisen und schrittweise weitere Kundendatendomänen in die MDM-Lösung einzubeziehen. Dies reduziert die Kosten, das Projekt bleibt schlank und das Projektrisiko ist kalkulierbar. Die schnelle Implementierung, die hohe Skalierbarkeit und unser gezielter Umgang mit den Daten bringen schon nach den ersten drei Monaten einen handfesten Mehrwert. Der ROI ist also zeitnah nachvollziehbar.