



Customer Experience bedeutet, die  
**Bedürfnisse des Kunden**

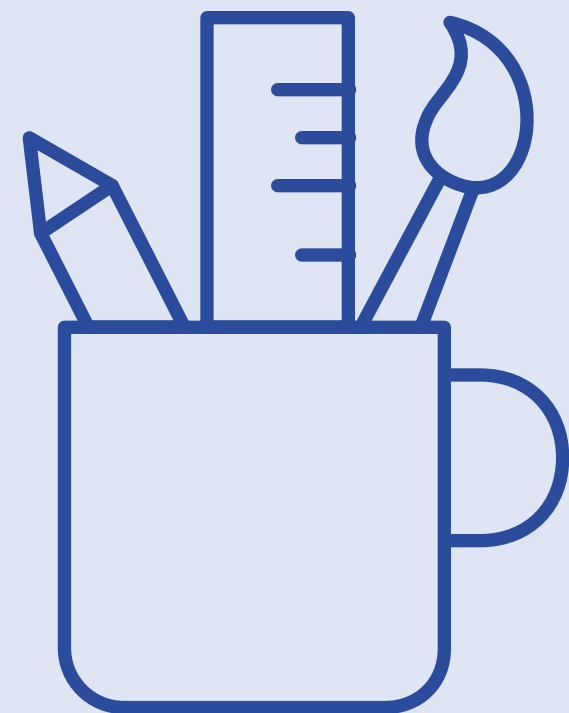
nicht nur zu erfüllen, sondern seine Erwartungen

jederzeit zu **übertreffen.**

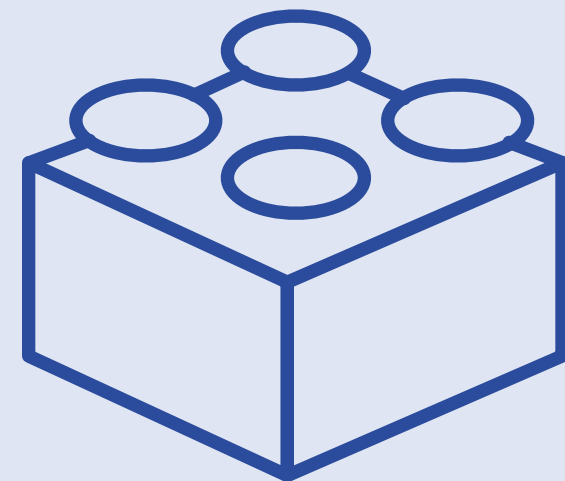
# Customer Experience?

Customer Experience erfordert einen ganzheitlichen Ansatz

## BERATUNG UND STRATEGIE



Screen- und  
Webdesign



CMS Integration  
und Entwicklung



E-Mail-Marketing und  
Marketing Automation



Realtime Targeting  
und Personalisierung

# Customer Experience!



Eine gute Customer Experience sorgt für **Weiterempfehlungen**.

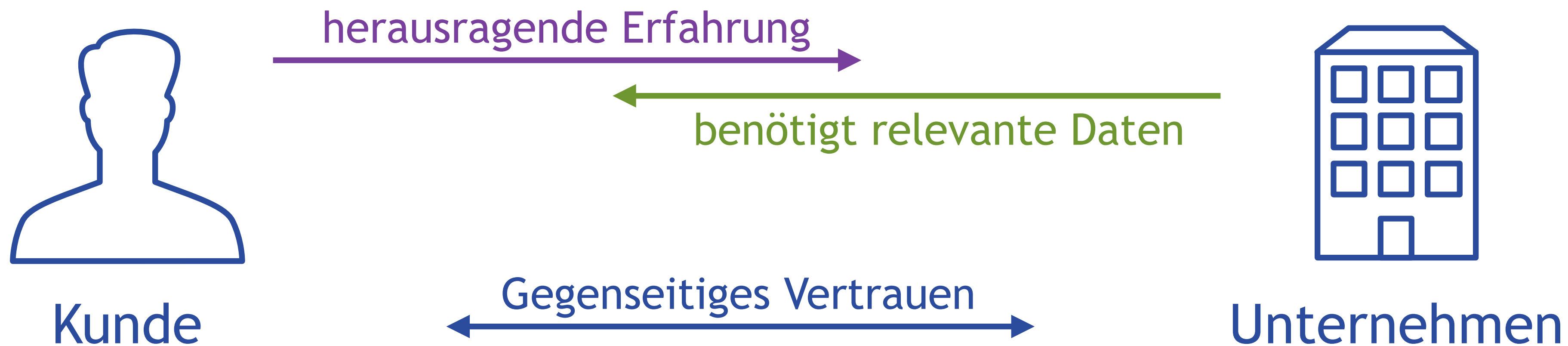


Bestandskunden zu binden ist **günstiger** als Neukunden zu gewinnen.



9 von 10 Kunden sind bereit, für ein gutes Kundenerlebnis **mehr Geld** zu zahlen.

Customer Experience erfordert Vertrauen.  
Customer Experience Management erfordert Daten.



Was zeichnet eine herausragende Customer Experience aus?



Richtige  
Persona



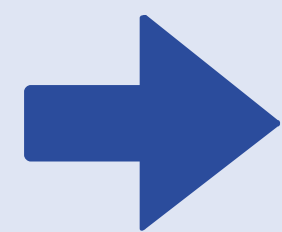
Relevanter  
Inhalt



Richtiger  
Zeitpunkt



Präferierter  
Kanal

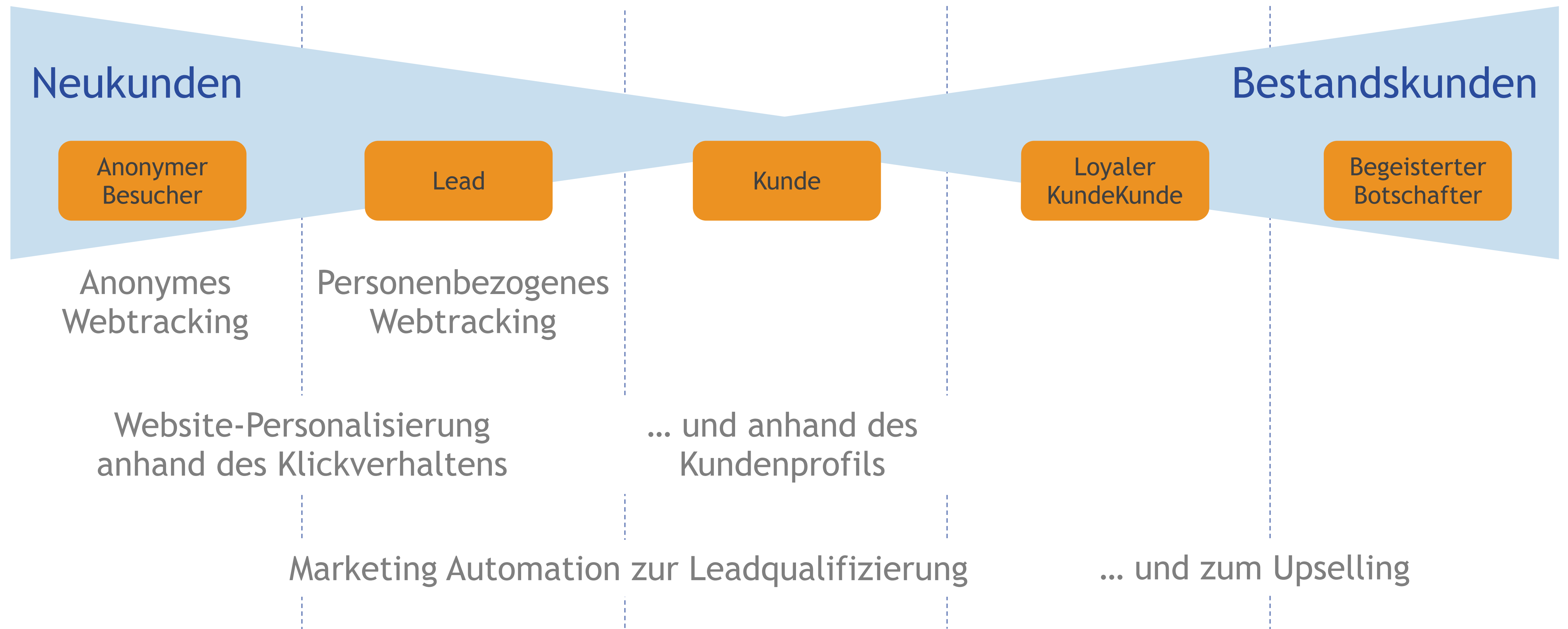


Den Dialog starten, dem Kunden zuhören  
und zum richtigen Zeitpunkt das Richtige senden.

und **WOW**

...stehen Sie in der Personalisierung  
Ihres Kundendialog?

## CXM entlang des Customer Lifecycle





**WIE**

...beginne ich den persönlichen Dialog?

## Evolution der webbasierten Kundenkommunikation

Statische Website



Anonyme Personalisierung



ganzheitliches CXM



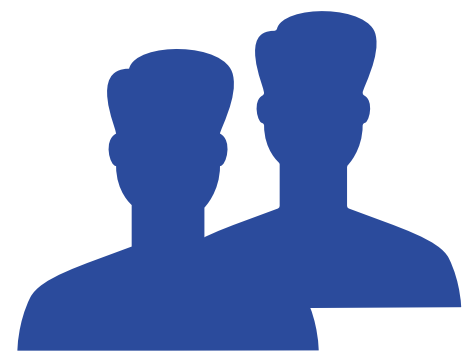
Customer Engagement



One page fits all



Köln, Wien, Berlin



Handwerk, Architekt,  
privater Haushalt



# Websites deutscher Industrieunternehmen auf dem Prüfstand

Sichern Sie sich den kostenlosen Report

## Was ist der Branchenreport Industrie 2014?

Im Branchenreport wurden die Websites von 120 führenden Unternehmen untersucht, darunter Automobilzulieferer, Maschinenbauer und Vertreter der Automatisierungsbranche. Geprüft wurden technische Grundlagen, gestalterische Elemente (z.B. Responsive Design) und die aktive Kundenbindung, etwa über Social Media-Kanäle.



### Fachwissen zu aktuellen Trends und ihrer Umsetzung

Moderne Themen wie Responsive Design oder effektive Social Media-Arbeit werden im Branchenreport erläutert und mit konkreten Beispielen aus dem Industriesektor verknüpft.



### Konkrete Tipps zur Optimierung der eigenen Website

## Branchenreport Industrie 2014



### Ja, ich will den Branchenreport lesen

Anrede

Frau  Herr

Vorname\*

Nachname\*

E-Mail-Adresse\*

Unternehmen\*

Telefonnummer\*

Datenschutzerklärung\*

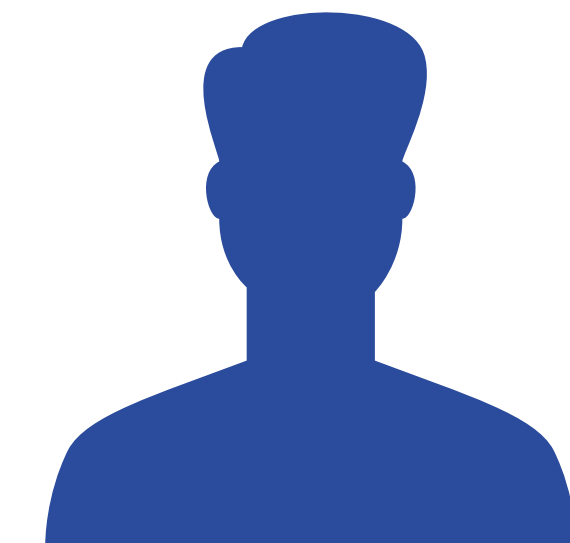
Ich bin einverstanden, dass die Pinuts GmbH

Worauf kommt es an?

**Bestmögliche Ansprache und Individualität erreichen.**

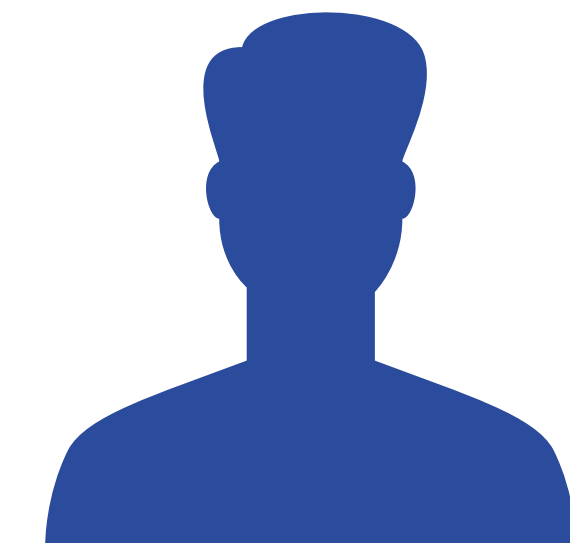
- ✓ Inhaltsdichte überprüfen, Kundensicht schlägt interne Anforderungen
- ✓ Gezielt Deeplinks und Landingpages einsetzen
- ✓ Explizit erfasste Daten zentral sammeln und aggregieren

## Personalisieren nach geografischer Herkunft



168.xxx.xxx.xxx  
Köln

## Personalisieren nach geografischer Herkunft

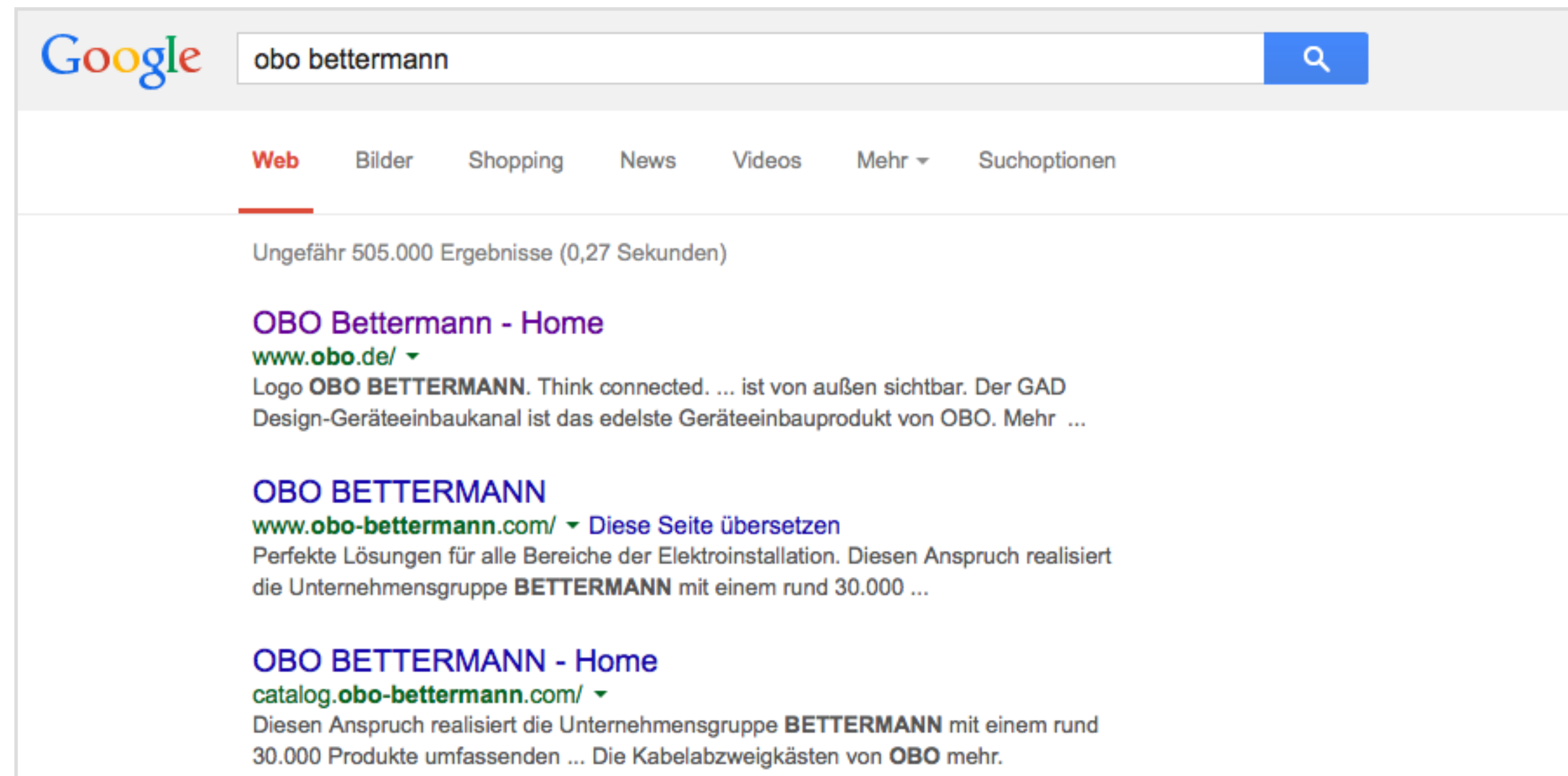


168.xxx.xxx.xxx

Köln

Best Practices

## Personalisierung nach geografischer Herkunft



Nutzer mit österreichischer IP sucht „obo bettermann“



Best Practices

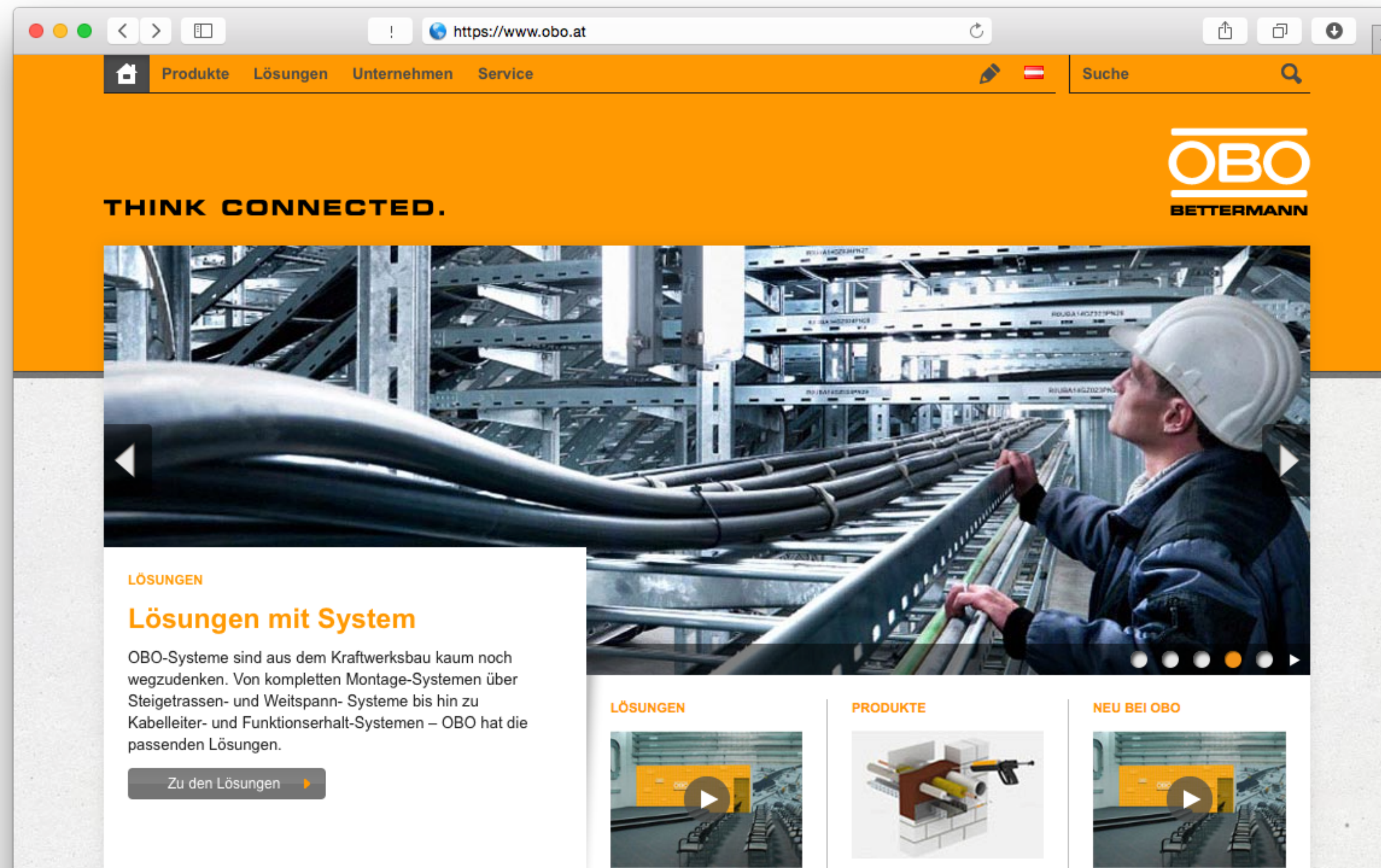
## Personalisierung nach geografischer Herkunft

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.obo.de>. The website has a navigation bar with links for 'Produkte', 'Lösungen', 'Unternehmen', and 'Service', along with a search bar labeled 'Suche'. A white notification box at the top states: 'Sie befinden sich möglicherweise auf der falschen Internetpräsenz von OBO-Bettermann. Sie können zu folgenden Landesvarianten wechseln:' followed by a button for 'Österreich' with the Austrian flag icon. Below this, the slogan 'THINK CONNECTED.' is displayed on the left, and the 'OBO BETTERMANN' logo is on the right. A large video player occupies the center, featuring a cityscape at sunset with the text: 'Think connected. Strom leiten. Daten führen. Energie kontrollieren.' Below the video, a white box contains the heading 'UNTERNEHMEN' and the text: 'Strom leiten. Daten führen. Energie kontrollieren. Entdecken Sie, was unser Unternehmen antreibt. Wie wir



Best Practices

## Personalisierung nach geografischer Herkunft



The screenshot displays the OBO website interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'Produkte', 'Lösungen', 'Unternehmen', and 'Service'. A search bar labeled 'Suche' is positioned on the right. The OBO logo and 'BETTERMANN' are prominently displayed. Below the navigation is a large banner image showing a worker in a white hard hat and dark jacket working on a complex metal structure with numerous cables. The text 'THINK CONNECTED.' is overlaid on the left side of the banner. Below the banner, there is a section titled 'LÖSUNGEN' with a sub-heading 'Lösungen mit System'. The text describes OBO systems used in power plant construction, ranging from complete mounting systems to cable tray and maintenance systems. A button labeled 'Zu den Lösungen' is provided. To the right of the main text, there are three smaller video thumbnails with titles 'LÖSUNGEN', 'PRODUKTE', and 'NEU BEI OBO'.

Best Practices

## Personalisierung nach geografischer Herkunft

**Timeline**

Letzte Aktivitäten

- 2340687 hat die Seite <http://www.obo.at/produkte> angeschaut. Heute, 18:33  
AT, Wien   
Kunde / Interessent Referrer Google (organic)
- 2340687 hat die Seite <http://www.obo.at> angeschaut. Heute, 18:31  
AT, Wien   
Kunde / Interessent Referrer Google (organic)
- 2340687 hat die Seite <http://www.obo.de> angeschaut. Heute, 18:30  
AT, Wien   
Kunde / Interessent Referrer Google (organic)

Mehr

Tracking des anonymen Nutzers zur Personalisierung



## Personalisieren anhand des Klickverhaltens

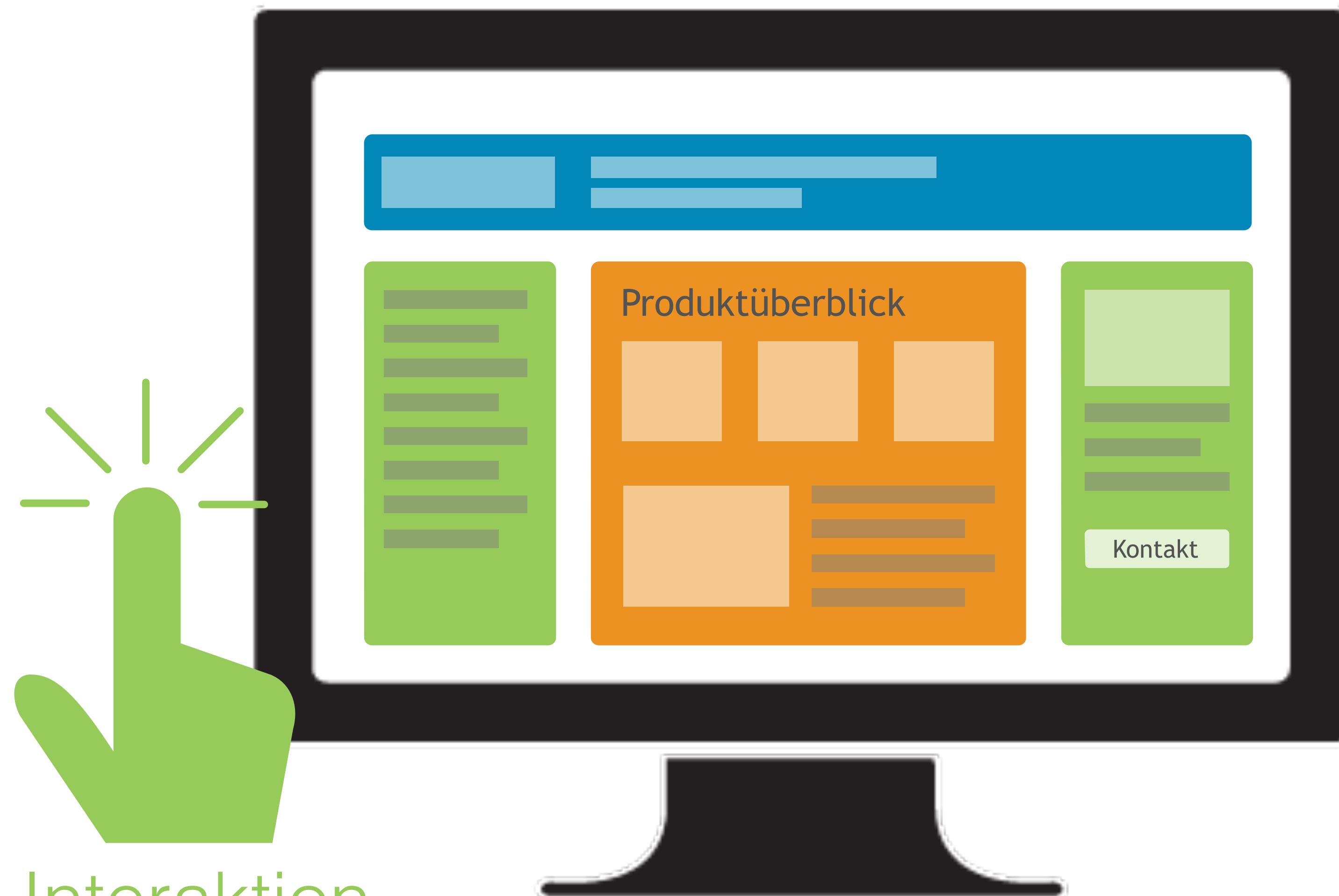


Interaktion

## 1st Time Visit

- Hilfen zur Nutzerführung
- Zeitlich befristete Angebote

## Personalisieren anhand des Klickverhaltens



Interaktion

## 1st Time Visit

- Hilfen zur Nutzerführung
- Zeitlich befristete Angebote



Gültig bis: 2015.1.26 | Code: PYW448  
Zum Angebot >

## 35% RABATT AUF ALLES\*

NUR HEUTE

Sparen Sie 35% ▶

### EIN FARBENFROH START

Unsere Neuheiten für einen neuen Look.

**JETZT ENTDECKEN ▶**

Schließen X

### KOMM UND HOL DIR DIE GUTEN SACHEN

Wenn Sie sich beim Newsletter von AllPosters anmelden, sind Sie der Erste, der von exklusiven Angeboten, Neuheiten und den heißesten Trends erfährt.

Außerdem erhalten Sie **30% Rabatt** nur für Ihren Beitritt!

Bitte geben Sie Ihre E-Mail Adresse ein

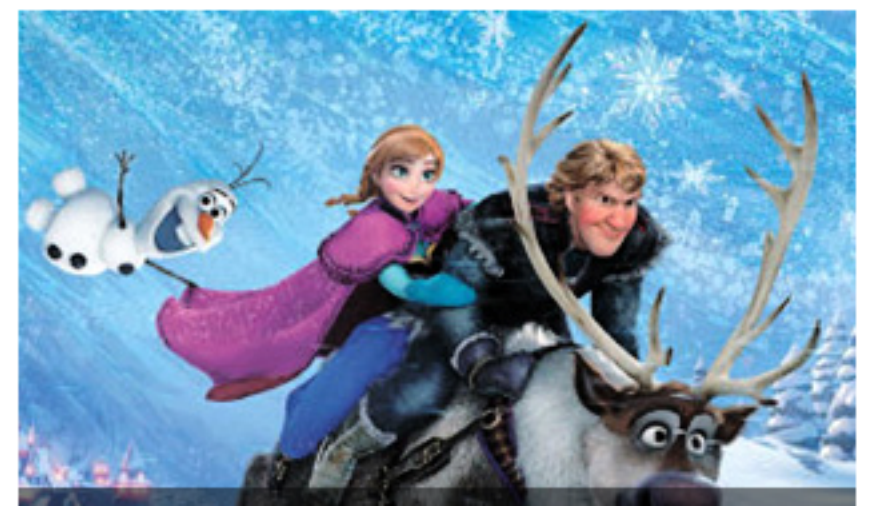
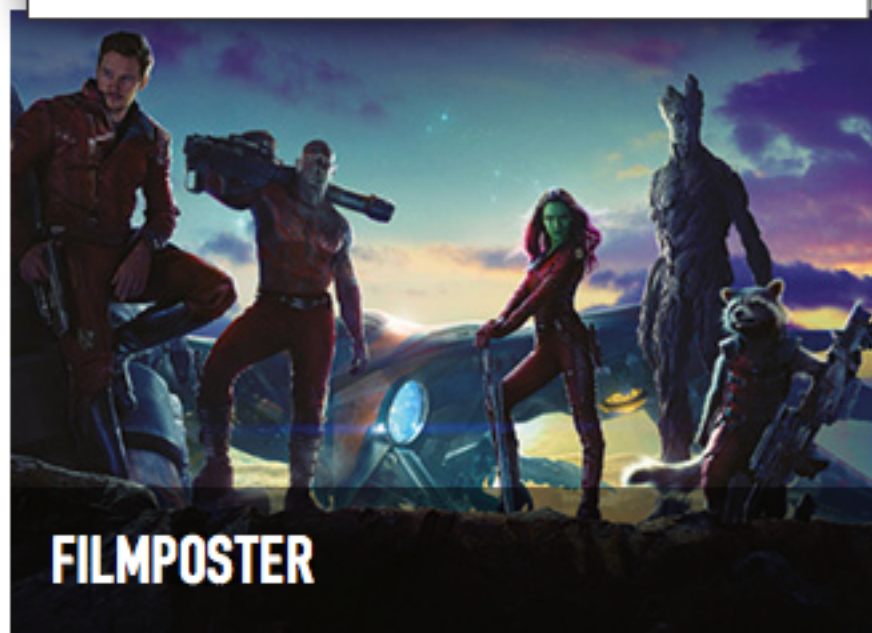
Bitte bestätigen Sie Ihre E-Mail Adresse

**SENDEN**

\*Das Angebot gilt nur für Neukunden.

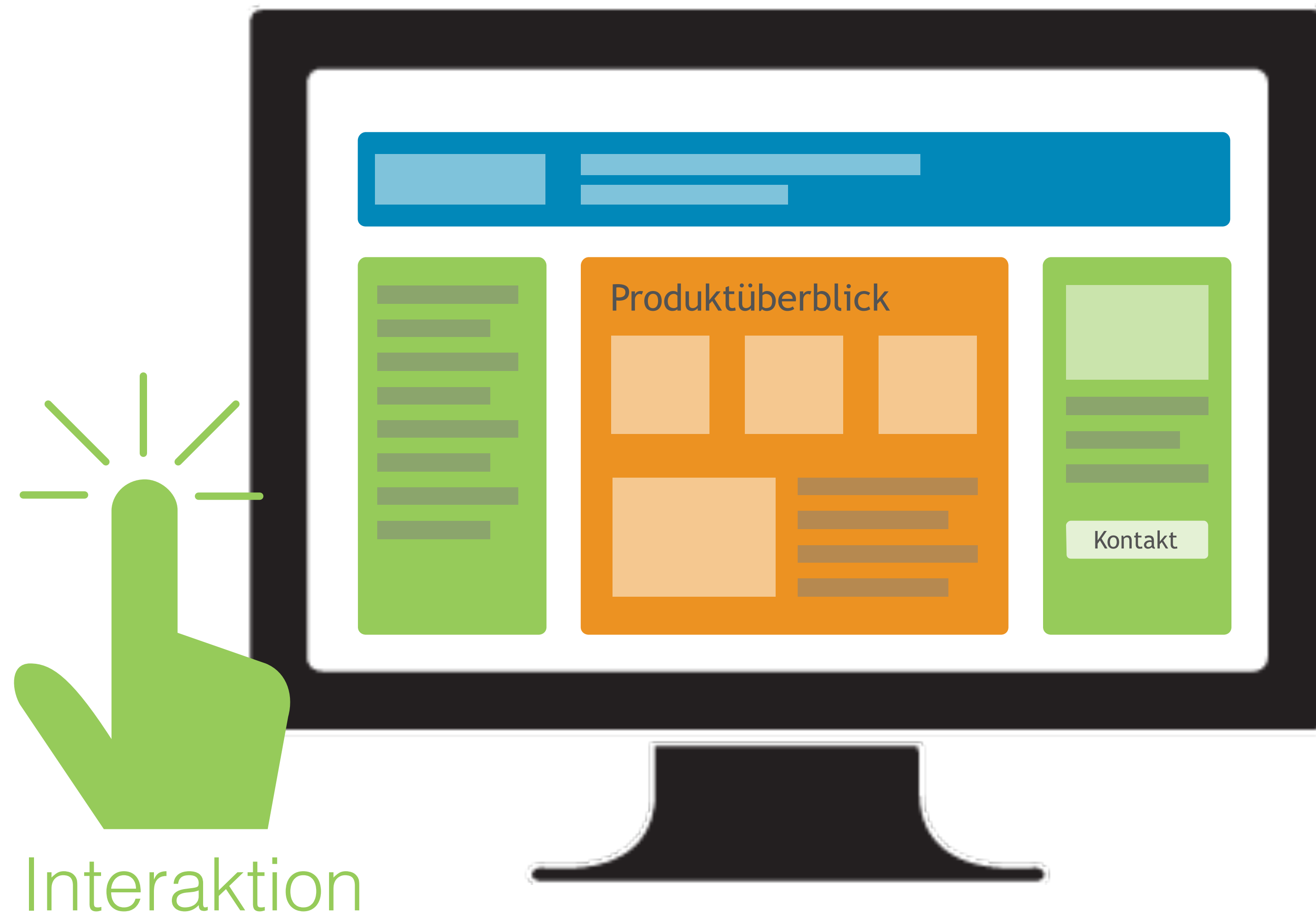


### BESONDERE PRODUKTE





## Personalisieren anhand des Klickverhaltens



## 1st Time Visit

- Hilfen zur Nutzerführung
- Zeitlich befristete Angebote

## Je Persona

Techniker / Architekt:  
Fokus auf Support &  
Technische Daten

## Personalisieren anhand des Klickverhaltens



Interaktion

## 1st Time Visit

- Hilfen zur Nutzerführung
- Zeitlich befristete Angebote

## Je Persona

Techniker / Planer:  
Fokus auf Support &  
Technische Daten



Worauf kommt es an?

Aus dem Verhalten lernen und den richtigen Content zeigen

- ✓ Content identifizieren, der zur Personalisierung geeignet ist
- ✓ Anonymes, datenschutzkonformes Tracking
- ✓ Erfassung aller relevanten Interaktionsdaten

Den anonymen Interessenten zu einem Identifizierten konvertieren.

Newsletter-Abonnements,  
Whitepaper Marketing,  
Webinar- & Veranstaltungen,  
Kontaktformular, Gewinnspiele,  
Merklisten & Profile ...

Den anonymen Interessenten zu einem Identifizierten konvertieren.

Formular  
(Newsletter Abo)



C2A Button  
(Premium Content)



PopUp / Layer  
(Exit intent PopUp)



Anzahl der Felder  
vs.  
Conversion-Rate

5 Felder	7 Felder	9 Felder
13,4%	12,0%	10,0%

Komplettes Formular  
vs.  
Button

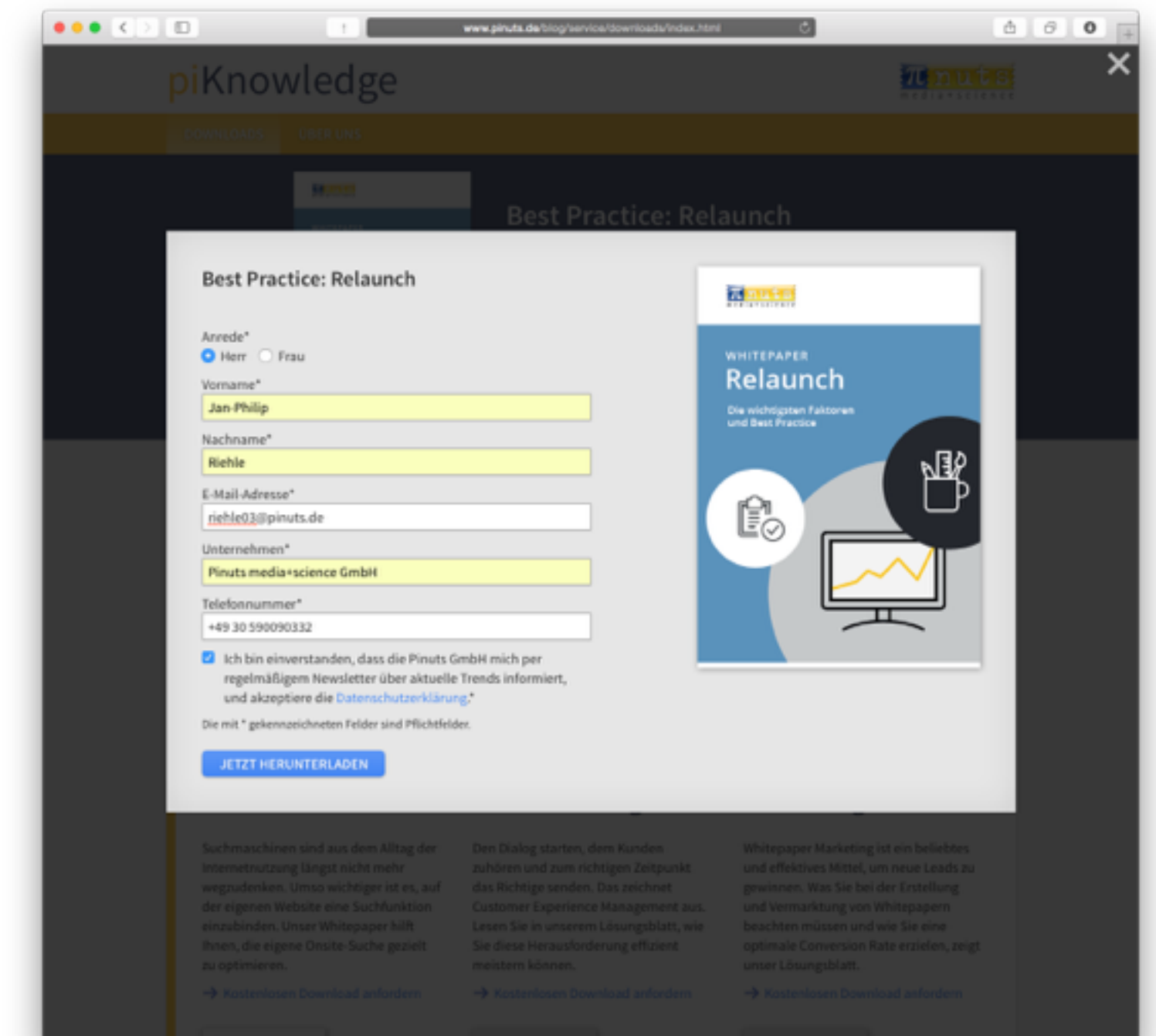
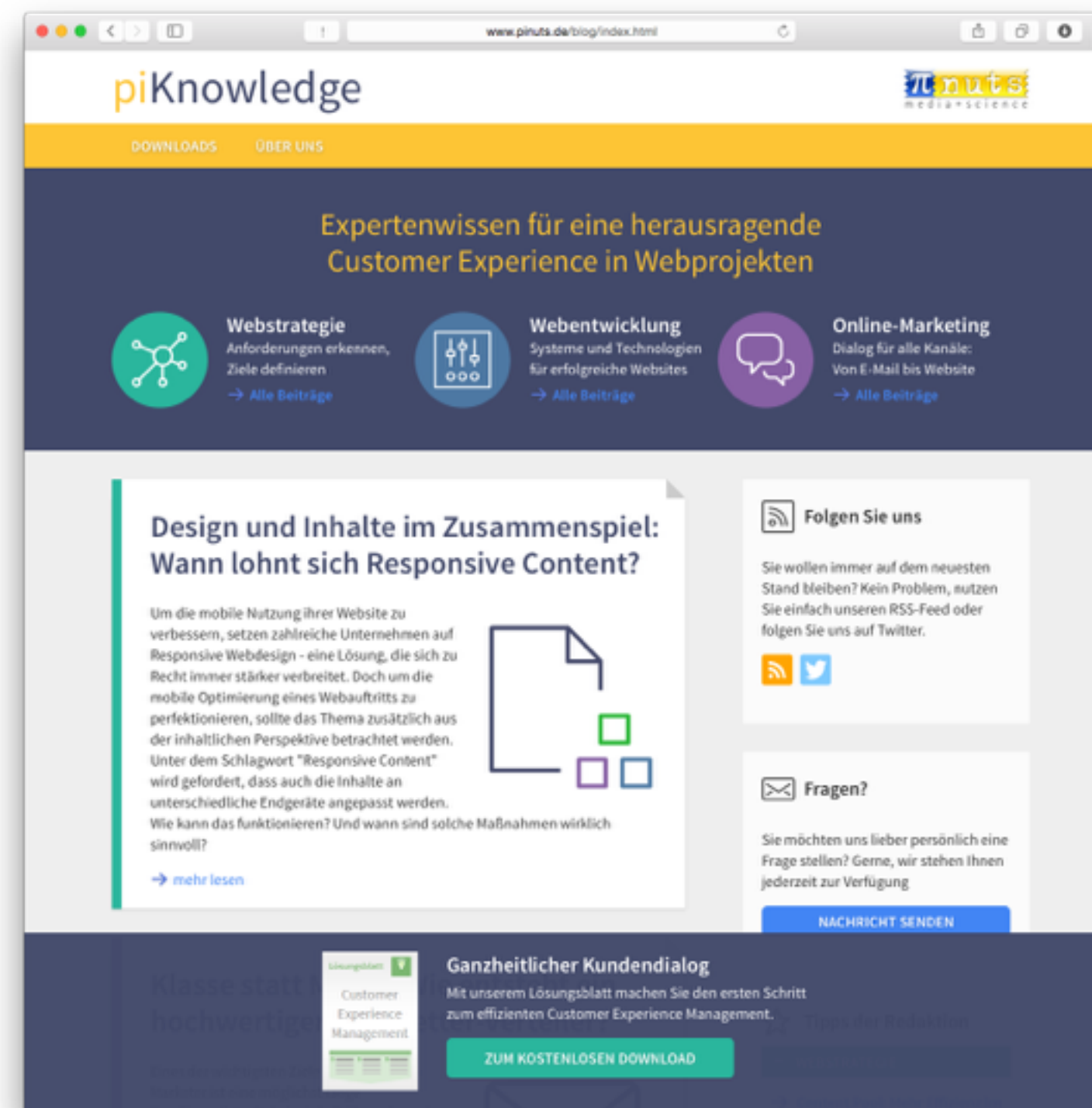
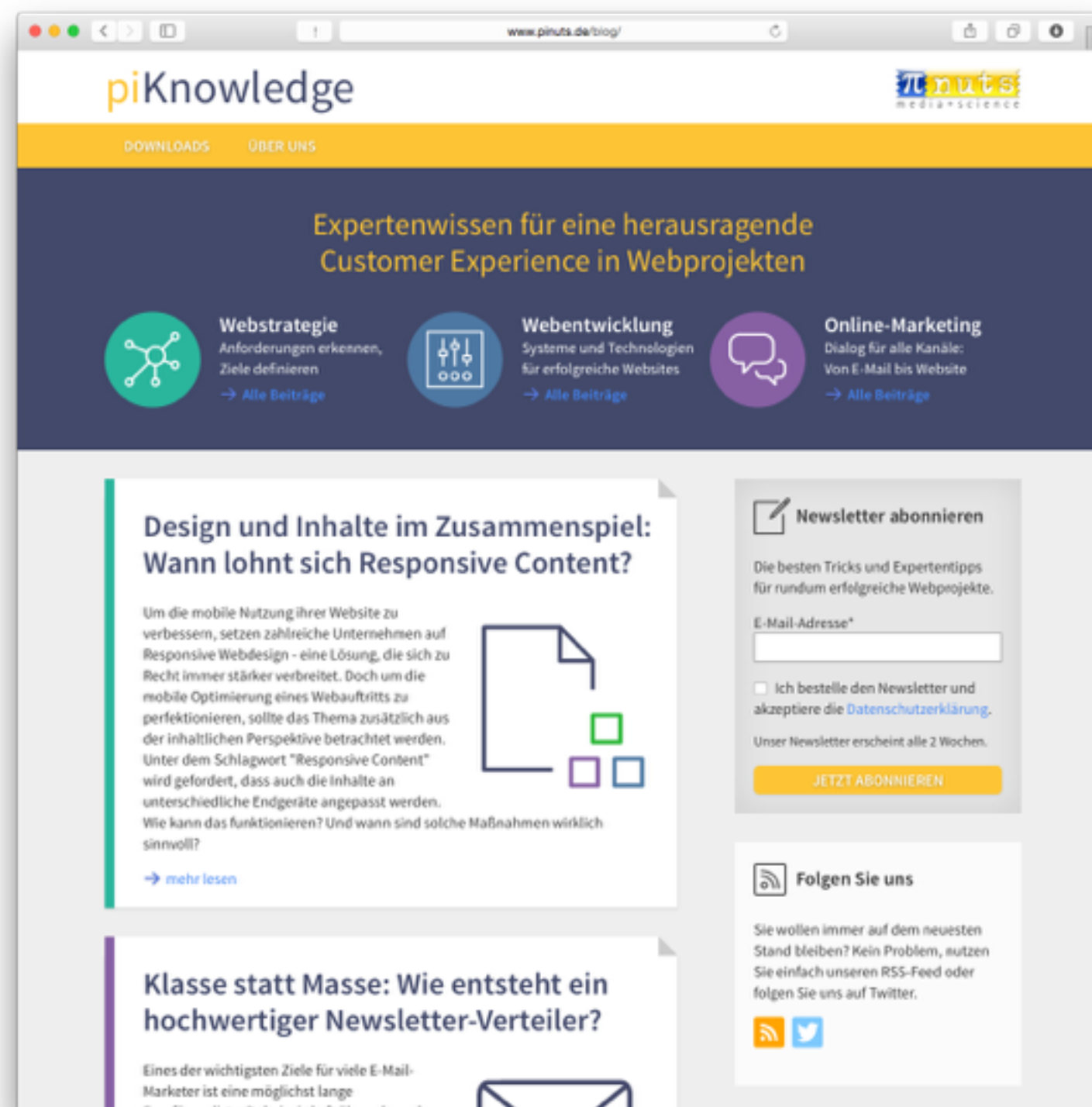
+59,3 %

Steigerung der  
Verkäufe  
(30 Tage Testphase)

+22 %

# Den Interessenten identifizieren

## Best Practices Nutzer durch „Premium-Content“ identifizieren



Worauf kommt es an?

### Die richtigen Trigger zur Konvertierung anbieten

- ✓ In der Inhaltsplanung bspw. Premium Content einschließen
- ✓ Aggregation von verhaltensbezogenen & soziodemographischen Daten
- ✓ Einfache Formularerstellung (Wizard / JS-Snippet)

## Personalisierung auf allen Kanälen



## Cross-Device Kommunikation

- Newsletter
- Website
- Mobile
- Trigger-Campaigns



www.google.de/?gfe\_rd=cr&ei=CIHGVN3SGs74IQbR\_YDQBQ#q=realtime+ta

Google realtime targeting Anmelden

Web News Videos Bilder Shopping Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 68.700.000 Ergebnisse (0,29 Sekunden)

Cookies helfen uns bei der Bereitstellung unserer Dienste. Durch die Nutzung unserer Dienste erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Cookies setzen.  
Mehr erfahren OK

**Marketplace | RealtimeTargeting | FirstSpirit**  
[www.e-spirit.com/marketplace/de/realtimetargeting](http://www.e-spirit.com/marketplace/de/realtimetargeting) ▾  
Mit treffsicherem Content zu loyalen Kunden und höheren Umsätzen. FirstSpirit RealtimeTargeting ist eine cloudbasierte Lösung für die Personalisierung von ...

**Realtime Targeting - The World's Simplest Retargeting ...**  
[www.realtime-targeting.com/](http://www.realtime-targeting.com/) ▾ [Diese Seite übersetzen](#)  
Bring back your lost customers and boost your search with our simple retargeting platform. Find your lost customers today!

**Expertentalk zum Realtime Targeting**  
[www.pinuts.de/blog/online-marketing/expertentalk-realtime-targeting/](http://www.pinuts.de/blog/online-marketing/expertentalk-realtime-targeting/) ▾  
"Real-time Targeting und Personalisierung - Zukunftsmusik oder schon jetzt Realität?"  
Mit dieser Frage beschäftigten sich zahlreiche Online-Experten auf dem ...

**Realtime-Targeting - Pinuts media+science GmbH**  
[www.pinuts.de/.../20141031\\_pinuts-demonstriert-realtime-targeting.html](http://www.pinuts.de/.../20141031_pinuts-demonstriert-realtime-targeting.html) ▾  
31.10.2014 - Pinuts stellt neue Lösung für Website-Personalisierung und Realtime Targeting vor. Interessante Expertenvorträge und topaktuelle ...

**Realtime Targeting und Personalisierung im Vergleich**  
[www.pinuts.de/blog/webstrategie/personalisierung-realtime-targeting/](http://www.pinuts.de/blog/webstrategie/personalisierung-realtime-targeting/) ▾  
Von Personalisierung über Retargeting bis Realtime Targeting: Die Möglichkeiten, um seinen Kunden online möglichst individualisierte Angebote und ...

**Real-time Targeting - deltaDNA**  
[www.deltadna.com/solutions/.../real-time-targeting/](http://www.deltadna.com/solutions/.../real-time-targeting/) ▾ [Diese Seite übersetzen](#)  
Personalize your players' experiences in your free-to-play game with deltaDNA's Real-Time Targeting tools, part of the Player Relationship Management ...


**Die Herausforderungen von Real-Time-Bidding und Re ...**  
[www.vizeum-blog.de/.../digital-trends-echtzeitkommunikation-real-time-...](http://www.vizeum-blog.de/.../digital-trends-echtzeitkommunikation-real-time-...) ▾  
Alle großen Agenturnetzwerke brachten in den letzten zwei Jahren ihre Töchter für Real-Time-Bidding und Targeting auf den Markt, so auch die Aegis mit ...

**Targeting - Online Marketing Lexikon**  
[onlinemarketing.de](http://onlinemarketing.de) ▾ Lexikon ▾  
Als Targeting bezeichnet man im Online-Marketing-Kontext alle Strategien, Werbekampagnen möglichst genau bestimmten passenden Nutzern zu zeigen und ...


www.pinuts.de/blog/online-marketing/expertentalk-realtime-targeting

piKnowledge πnuts  
media+science


DOWNLOADS ÜBER UNS



**Webstrategie**  
Anforderungen erkennen,  
Ziele definieren  
→ [Alle Beiträge](#)




**Webentwicklung**  
Systeme und Technologien  
für erfolgreiche Websites  
→ [Alle Beiträge](#)




**Online-Marketing**  
Dialog für alle Kanäle:  
Von E-Mail bis Website  
→ [Alle Beiträge](#)

## Expertentalk: Personalisierung ist Realität, aber selten gut umgesetzt

"Real-time Targeting und Personalisierung - Zukunftsmusik oder schon jetzt Realität?" Mit dieser Frage beschäftigten sich zahlreiche Online-Experten auf dem Partnertag des CMS-Anbieters e-Spirit, darunter Geschäftsführer, Accountdirektoren, Projektleiter und Integratoren. Jan-Philip Riehle, Head of Marketing & Strategy von Pinuts, leitete die Diskussion, in der nicht nur Optimierungsbedarf identifiziert sondern auch zahlreiche Handlungsempfehlungen erarbeitet wurden.



In einem Punkt waren sich alle Teilnehmer der Expertendiskussion einig: [Personalisierung](#) ist ein wichtiger Baustein für eine ganzheitliche

 **Newsletter abonnieren**


Die besten Tricks und Expertentipps für rundum erfolgreiche Webprojekte.

E-Mail-Adresse\*

Ich bestelle den Newsletter und akzeptiere die [Datenschutzerklärung](#).

Unser Newsletter erscheint alle 2 Wochen.

[JETZT ABONNIEREN](#)

 **Folgen Sie uns**

👁️ 2340692 hat die Seite [Expertentalk zum Realtime Targeting](#) angeschaut. Heute, 19:02 ⓘ

DE, Berlin 🇩🇪 🌐 🍏 🖥️ Kunde / Interessent Referrer Google (organic)

---

👁️ 2340691 hat die Seite [Browser: Sind alte Versionen noch relevant?](#) angeschaut. Heute, 18:46 ⓘ

DE, Berlin 🇩🇪 🌐 🍏 🖥️ Kunde / Interessent Referrer Google (organic)


---

👁️ 2340690 hat die Seite [7 Fehler bei der mobilen Optimierung von E-Mails und Newslettern - Pinut...](#) angeschaut. Heute, 18:45 ⓘ

DE 🇩🇪 🌐 🍏 🖥️ Kunde / Interessent Referrer Google (organic)



www.pinuts.de/blog/service/downloads/index.html

piKnowledge 

DOWNLOADS ÜBER UNS

## Best Practice: Relaunch

**Best Practice: Relaunch**

Anrede\*  
 Herr  Frau

Vorname\*  
Jan-Philip

Nachname\*  
Riehle


E-Mail-Adresse\*  
riehle03@pinuts.de



















Unternehmen\*  
Pinuts media+science GmbH

Telefonnummer\*  
+49 30 590090332

Ich bin einverstanden, dass die Pinuts GmbH mich per regelmäßigem Newsletter über aktuelle Trends informiert, und akzeptiere die [Datenschutzerklärung](#).\*

Die mit \* gekennzeichneten Felder sind Pflichtfelder.



-  2340692 hat die Seite [Zahlreiche Whitepaper zu den Themen Webstrategie, Webentwicklung un...](#) angesehen. Heute, 19:02   
DE, Berlin     Kunde / Interessent Referrer Google (organic)
-  2340692 hat die Seite [Expertentalk zum Realtime Targeting](#) angeschaut. Heute, 19:02   
DE, Berlin     Kunde / Interessent Referrer Google (organic)
-  2340691 hat die Seite [Browser: Sind alte Versionen noch relevant?](#) angeschaut. Heute, 18:46   
DE, Berlin     Kunde / Interessent Referrer Google (organic)

1

pinKnowledge-Whitepaper: Bitte bestätigen Sie den Download

Pinuts media+science <blog@newsletter.pinuts.de> 26. Januar 2015 19:03

An: Jan-Phillip Riehle <riehle03@pinuts.de>

pinKnowledge-Whitepaper: Bitte bestätigen Sie den Download

**pinKnowledge**

**Nur noch ein Schritt zum Download**

Sehr geehrter Herr Riehle,  
Ein Schritt trennt Sie noch von unserem Whitepaper. Bitte bestätigen Sie Ihre Mail-Adresse mit einem Klick auf den unten stehenden Button. Ihre Downloadseite wird weitergeleitet zu werden.

Ihr piKnowledge-Team.

[Download bestätigen](#)

PS: Mit der Bestätigung Ihrer E-Mail Adresse stehen Ihnen alle Downloadbereiche kostenfrei zu Verfügung stehen. Lernen Sie spannende Whitepaper, Lösungsblätter und Reports.

Pinuts media+science Multimedia-Agentur GmbH  
Charlottenstraße 18 | D-10117 Berlin  
Geschäftsführer: Tilman Issing

www.pinuts.de/blog/service/downloads/index.html

**pinKnowledge**

DOWNLOADS ÜBER UNS

**Best Practice: Relaunch**

Ein Relaunch ist eine große Herausforderung. Damit der langwierige Prozess reibungslos gelingt, haben wir die wichtigsten Faktoren für einen gelungenen Relaunch zusammengefasst und mit zahlreichen Best Practice erläutert.

→ [Jetzt Download starten](#)

**Weitere Whitepaper für Ihre Webprojekte**

Onsite-Suche  
Customer Experience  
Whitepaper Marketing

**Timeline**

Letzte Aktivitäten

- Jan-Philip Riehle hat die Seite Was zeichnet hochwertige Newsletter-Verteiler aus? angeschaut. Heute, 19:44  
DE, Berlin  
Bekannt Nutzer (E-Mail vorhanden) Kunde / Interessent NL-Personalisierung: Download WP Relaunch Wiederkehrer Permission (erweitert) gesamt
- Jan-Philip Riehle hat die Seite Online-Marketing - Pinuts media+science Multimedia-Agentur an... angeschaut. Heute, 19:43  
DE, Berlin  
Bekannt Nutzer (E-Mail vorhanden) Kunde / Interessent NL-Personalisierung: Download WP Relaunch Wiederkehrer Permission (erweitert) gesamt
- Jan-Philip Riehle hat den Event download ausgelöst. Heute, 19:08  
DE, Berlin  
Bekannt Nutzer (E-Mail vorhanden) Kunde / Interessent NL-Personalisierung: Download WP Relaunch Wiederkehrer Permission (erweitert) gesamt
- Jan-Philip Riehle hat den Event confirmregistration ausgelöst. Heute, 19:08  
DE, Berlin  
Bekannt Nutzer (E-Mail vorhanden) Kunde / Interessent Wiederkehrer Permission (erweitert) gesamt
- Jan-Philip Riehle hat die Seite Zahlreiche Whitepaper zur Customer Experience angeschaut. Heute, 19:08  
DE, Berlin  
Bekannt Nutzer (E-Mail vorhanden) Kunde / Interessent Wiederkehrer Permission (erweitert) gesamt
- Jan-Philip Riehle hat die Seite pinKnowledge - Pinuts media+science angeschaut. Heute, 19:08  
DE, Berlin  
Bekannt Nutzer (E-Mail vorhanden) Kunde / Interessent Wiederkehrer Permission (erweitert) gesamt
- Jan-Philip Riehle hat die Seite Zahlreiche Whitepaper zur Customer Experience angeschaut. Heute, 19:02  
DE, Berlin  
Kunde / Interessent Referrer Google (organic)
- Jan-Philip Riehle hat die Seite Expertentalk zum Realtime Targeting angeschaut. Heute, 19:02  
DE, Berlin  
Kunde / Interessent Referrer Google (organic)
- 2340691 hat die Seite Browser: Sind alte Versionen noch relevant? angeschaut. Heute, 18:46  
DE, Berlin  
Kunde / Interessent Referrer Google (organic)

2

MENÜ

**pinKnowledge**

- Webstrategie → [Alle Beiträge](#)
- Webentwicklung → [Alle Beiträge](#)
- Online-Marketing → [Alle Beiträge](#)

**Klasse statt Masse: Wie entsteht ein hochwertiger Newsletter-Verteiler?**

...ines der wichtigsten Ziele für viele E-Mail-Marketer ist eine möglichst lange Empfängerliste. Dabei wird oft übersehen, dass die reine Masse keineswegs das entscheidende Kriterium für erfolgreiches E-Mail-Marketing ist. Ebenso wichtig (vielleicht sogar wichtiger?) ist die Qualität des Verteilers, also die

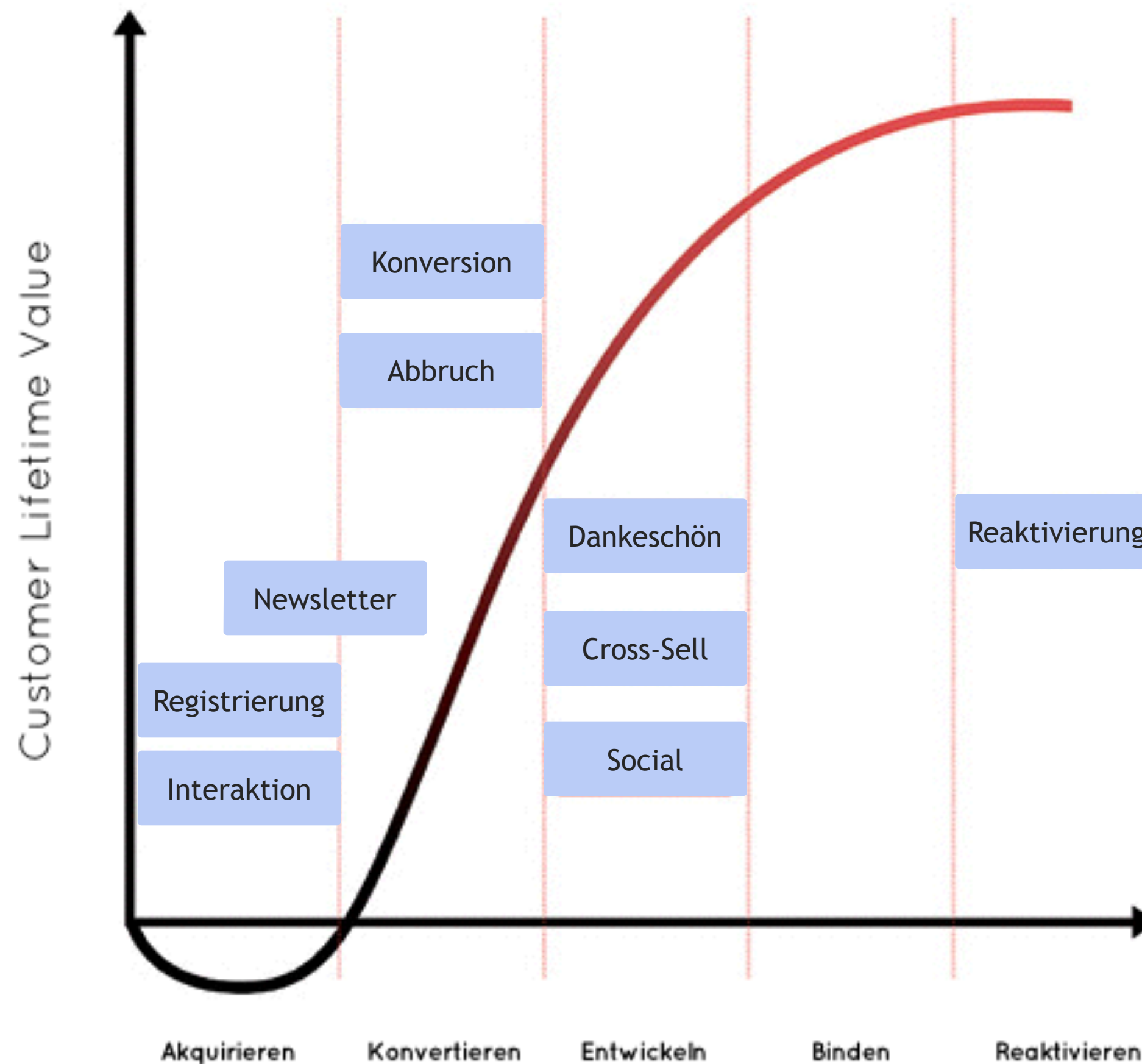






Marketing Automation

## Permanent Chancen zur Konvertierung nutzen



**Aus dem Verhalten lernen**  
Realtime Targeting und  
Auswertung zur Bestimmung  
des richtigen Zeitpunkts

**Kanalübergreifend**  
Aktivierung, Profiling,  
Bindung und Reaktivierung  
auf allen Kanälen

Worauf kommt es an?

**Kunden durch eine omnipräsente Personalisierung begeistern**

- ✓ Alle Kanäle sollten bedürfnisorientiert berücksichtigt werden
- ✓ Cross-Device Identifikation von Nutzern
- ✓ Auslösen von Trigger-Campaigns im Anschluss Nutzerinteraktion

# WAS

...sind die nächsten Schritte?

Was sind die nächsten Schritte?

**Wie Sie schnell die Customer Experience steigern können.**

- ✓ Durch Inhalte, die Ihre Kunden auch wirklich brauchen
- ✓ Mit Kontinuität in der Datenpflege
- ✓ Durch eine flexible und hoch integrative Software
- ✓ Start finishing: besser kleine Schritte als keine

## Eine skalierende Lösung für Ihre Anforderungen



### E-Mail Marketing

Datenschutzkonformes und personalisiertes E-Mail-Marketing

#### E-Mail Marketing Features

- Unbegrenzte E-Mails & Empfänger
- Frei modellierbares Datenmodell
- Rechtskonformes E-Mail Marketing
- Nahtlose CMS-Integration



### Customer Interaction

Digitalisierung der web-basierten Kundenkommunikation

#### Customer Interaction Features

- Erfassung aller Kundeninteraktionen
- Diverse Add-Ons von Kontakt- bis Veranstaltungsmanagement
- Enterprise E-Mail Marketing inklusive
- Einfache Synchronisation mit CRM



### Realtime Targeting

Realtime Targeting & Website Personalisierung

#### Realtime Targeting Features

- Segmentation-Engine
- Echtzeitauswertung & Segmentierung
- Profile-merging verhaltensbezogener & soziodemografischer Daten
- Cross-Device Identifikation
- Nahtlose CMS-Integration



### CXM

Ganzheitliches Customer Experience Management

#### CXM Features

- Enterprise E-Mail Marketing & Realtime-Targeting
- Kanal- und medienübergreifende Personalisierung in Echtzeit
- Marketing-Automation für Website und E-Mail Kampagnen

Vielen Dank.

Fragen, Anregungen, Vertiefungswünsche?

Jan-Philip Riehle  
Head of Marketing & Strategy  
jan-philip.riehle@pinuts.de



The Customer Experience Company

Expertenwissen zur Customer Experience [www.pinuts.de/blog](http://www.pinuts.de/blog)