

## **Behavioral Targeting & eCRM**

**– Vortrag zur 13. RedDot Usergroup Tagung –**

## Agenda

### Einführung in die Thematik

Einführung und Bedeutung

Behavioral Targeting und eCRM in der Praxis

### Behavioral Targeting im Anwendungsbeispiel

Explizite und Implizite Datengewinnung

Datensegmentierung und Speicherung

### Handlungsempfehlungen für die Zukunft

### Drei kurze Fragen

1. Setzen Sie ein Customer Relationship Management System ein?
2. Verwenden Sie dieses System auch für gesammelte Daten Ihrer Website-Besucher?
3. Planen Sie den Einsatz eines eCRM Systems?

## Einführung und Bedeutung

**Das Thema unserer heutigen Präsentation ist ein alter Hut,  
... wenn gleich im neuem Gewand.**

- wir werden über die Bedeutung einer dauerhaften Kundenbindung sprechen,
- Möglichkeiten aufzeigen, Kunden individueller anzusprechen, um
- Cross- und Upselling-Potentiale auszuschöpfen und wertvolle Wettbewerbsvorteile zu realisieren.

**Aus diesen Gründen werden wir Ihnen zeigen,  
wie Sie es Tante Emma gleichmachen können.**

- Lernen Sie Ihre Kunden kennen,
- personalisieren Sie die Kundenbeziehung,
- unterbreiten Sie relevante Angebote und
- binden Sie Ihre Kunden dauerhaft.



## Einführung und Bedeutung

### Behavioral Targeting – Definition

- Ist eine Technik die vorrangig dafür genutzt wird, online Kampagnen effizienter zu gestalten.

Die Idee besteht darin, das online Verhalten von Usern zu beobachten, um auf dieser Grundlage optimale zugeschnittene Angebote zu unterbreiten.

### eCRM – Definition

- Ist die Übertragung des CRM auf die besonderen Anforderungen des eBusiness.

eCRM-Lösungen können ohne komplexe ERP-Systeme betrieben werden, zentrieren das Kundenbeziehungsmanagement auf die Bedürfnisse des eBusiness, weisen eine höhere Flexibilität auf und dienen der Automatisierung von online Kampagnen.

**Auf den nachfolgenden Folien werden wir Ihnen nicht nur zeigen wie man diese Ansätze kombinieren kann, sondern wie wertvolle Synergien erzielt werden können und wie sie sich in ein Content Management System integrieren lassen.**

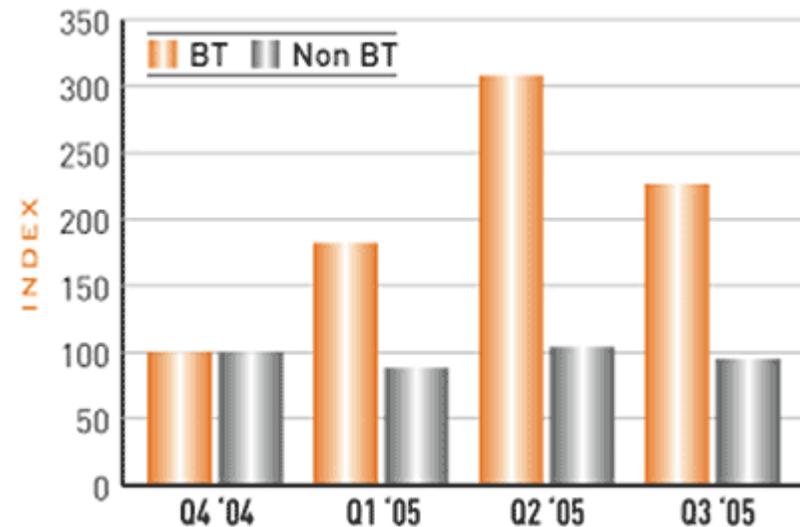
## Bedeutung des Behavioral Targeting in der Praxis

### Ziele

- Erhöhung der Effizienz bei gleichem Mitteleinsatz
- Im online Marketing heißt das Optimierung des CTR
  
- Diese Ziele sollten aber nicht nur für online Werbung, sondern auch für den Content gelten.

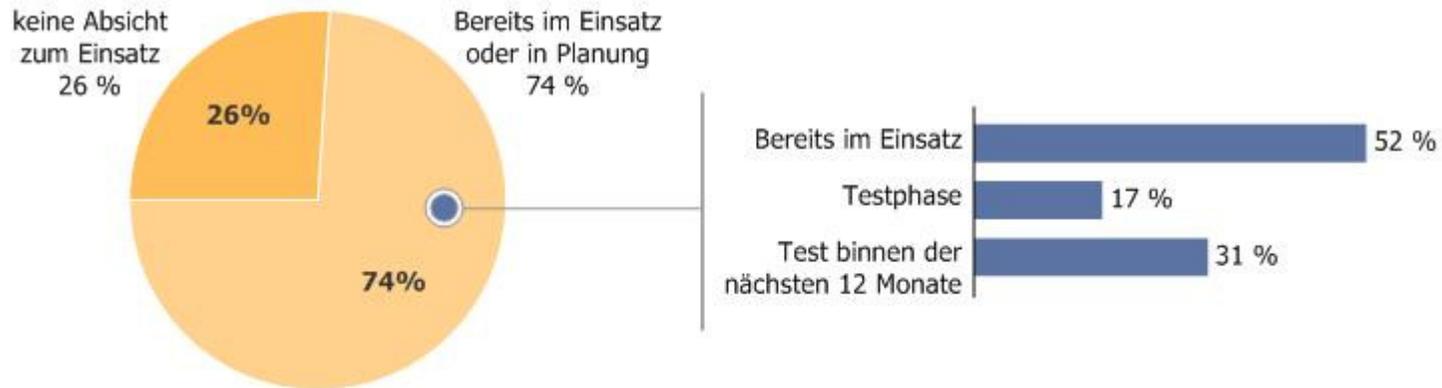
### Status Quo

- Im Rahmen der personalisierten Content-Bereitstellung gibt es noch erhebliche Defizite

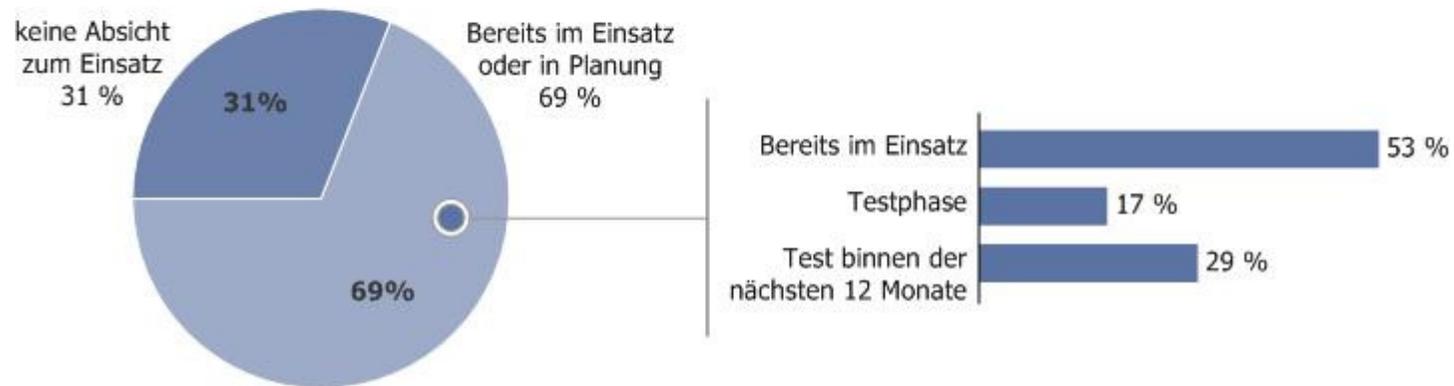


## Bedeutung des Behavioral Targeting in der Praxis

### Behavioral targeting



### Contextual targeting



Quelle: Forrester Research (Forrester's Q4 2005 Marketing Online Study)

## E-Mail Marketing und eCRM Entwicklungslinie

### E-Mail Marketing

- Einsatz von E-Mails als Marketing- und Kommunikationsinstrument
- Weitestgehend ungezielte Kommunikation
- Erste Personalisierung in der Anrede
- Interessenspezifische Segmentierung, soweit User diese explizit angegeben haben
- Tracking des Klickverhaltens in Newslettern
- Einbeziehung des Klickverhaltens in die zukünftige Kommunikation

### eCRM 2.0 – Behavioral Targeting

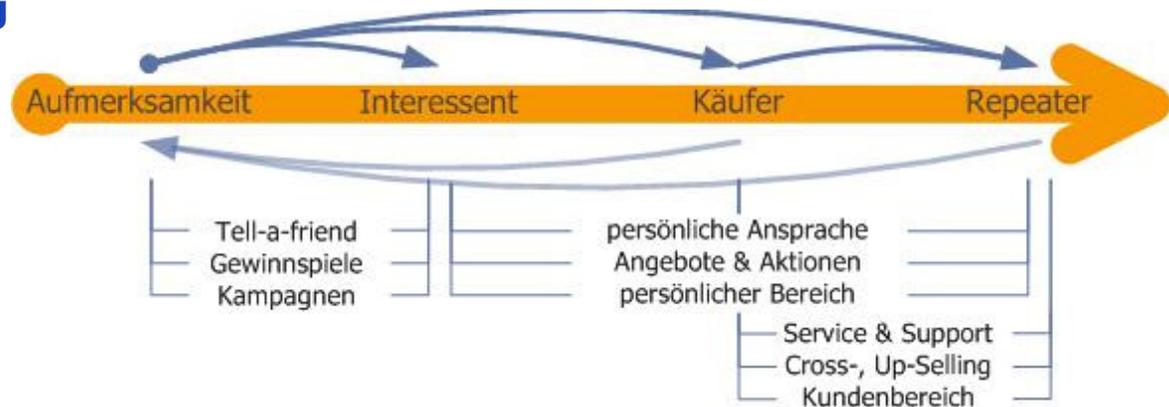
- Ganzheitlicher Ansatz zur Qualifizierung und persönlichen Ansprache der User
- Explizite und Implizite Qualifizierung
- Einbezug eines Tracking auf Website und innerhalb von Newslettern
- Umfassendes Kundenbeziehungsmanagement
- Zentrale Kundendatenbank, die Tracking und soziodemographische Daten zur Segmentierung vereint
- 1:1 Marketing durch Behavioral Targeting



## Ziele im E-Mail Marketing und eCommerce

### Vier Schritte zur Kundenbindung

- Interessieren
- Informieren
- Verkaufen
- Binden

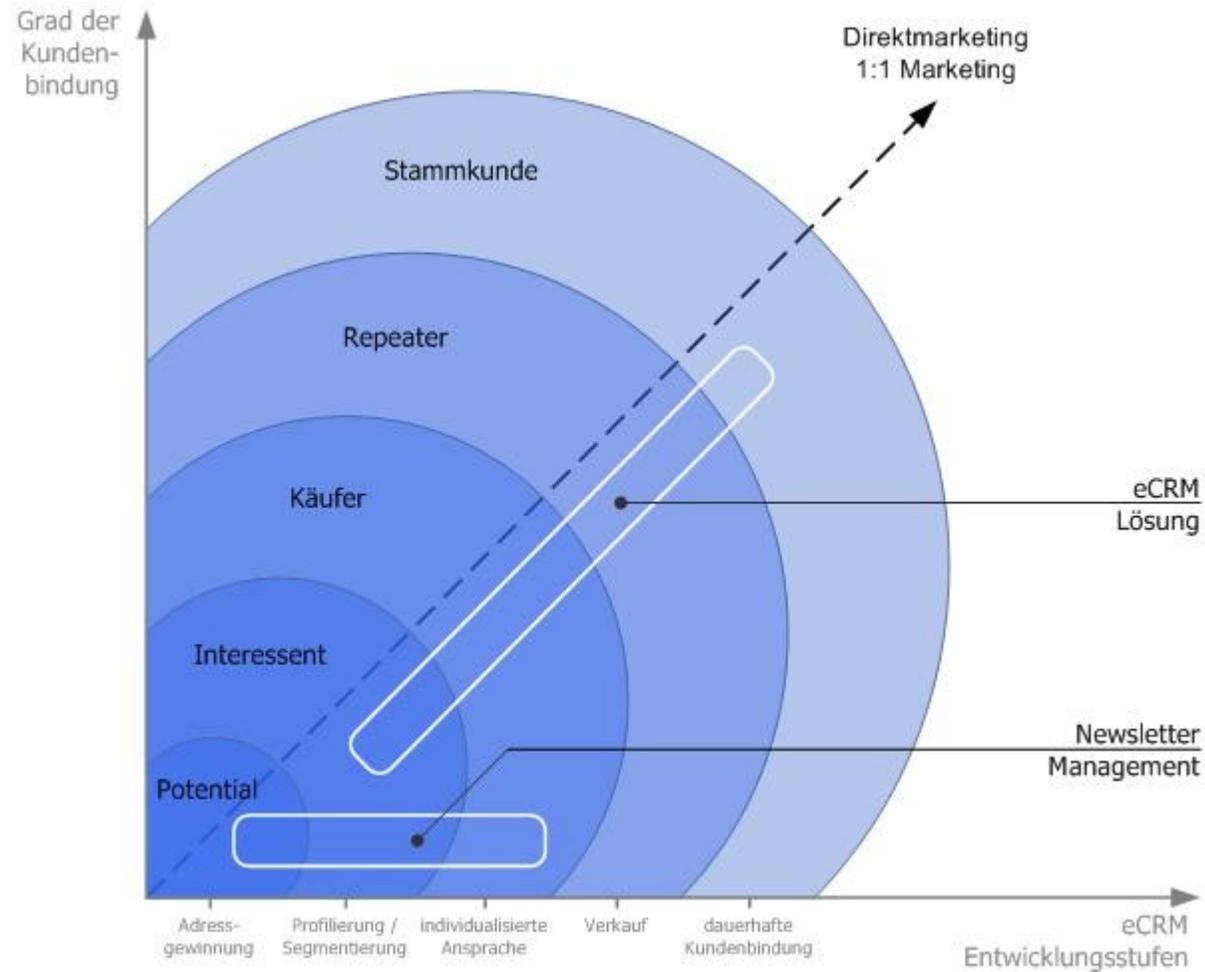


Die Entwicklung eines Interessenten zu einem Kunden, erfordert eine zielgerichtete Kommunikation und das Erkennen und Erfüllen von Wünschen und Bedürfnissen.

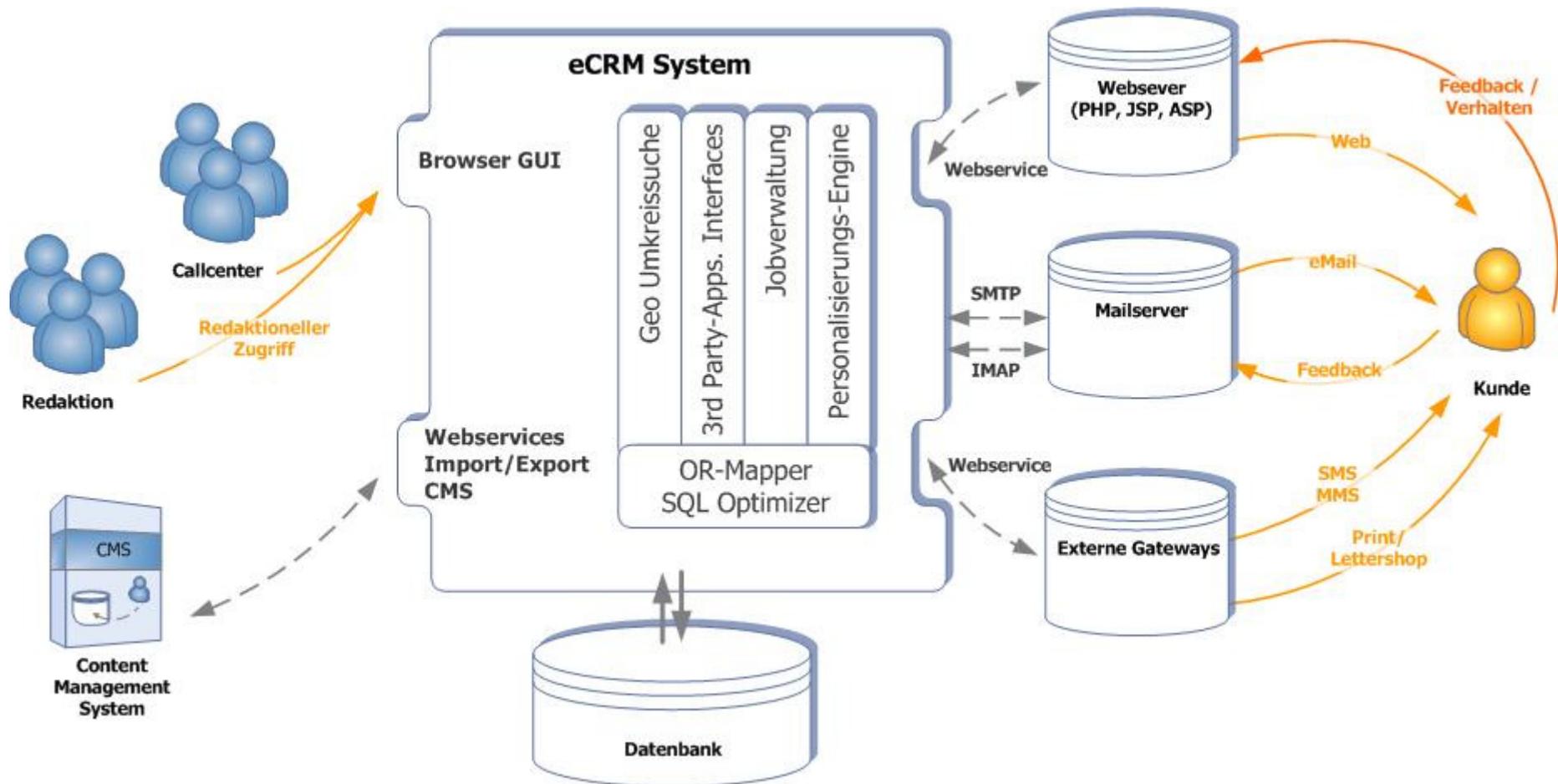
### Ziele und Lösung

- Wettbewerbsvorteile durch eine personalisierte Ansprache
- Kundenbindung durch Segmentierung und Profilierung
- Umsatzsteigerung durch eine kontinuierliche Betreuung, Cross- und Upselling

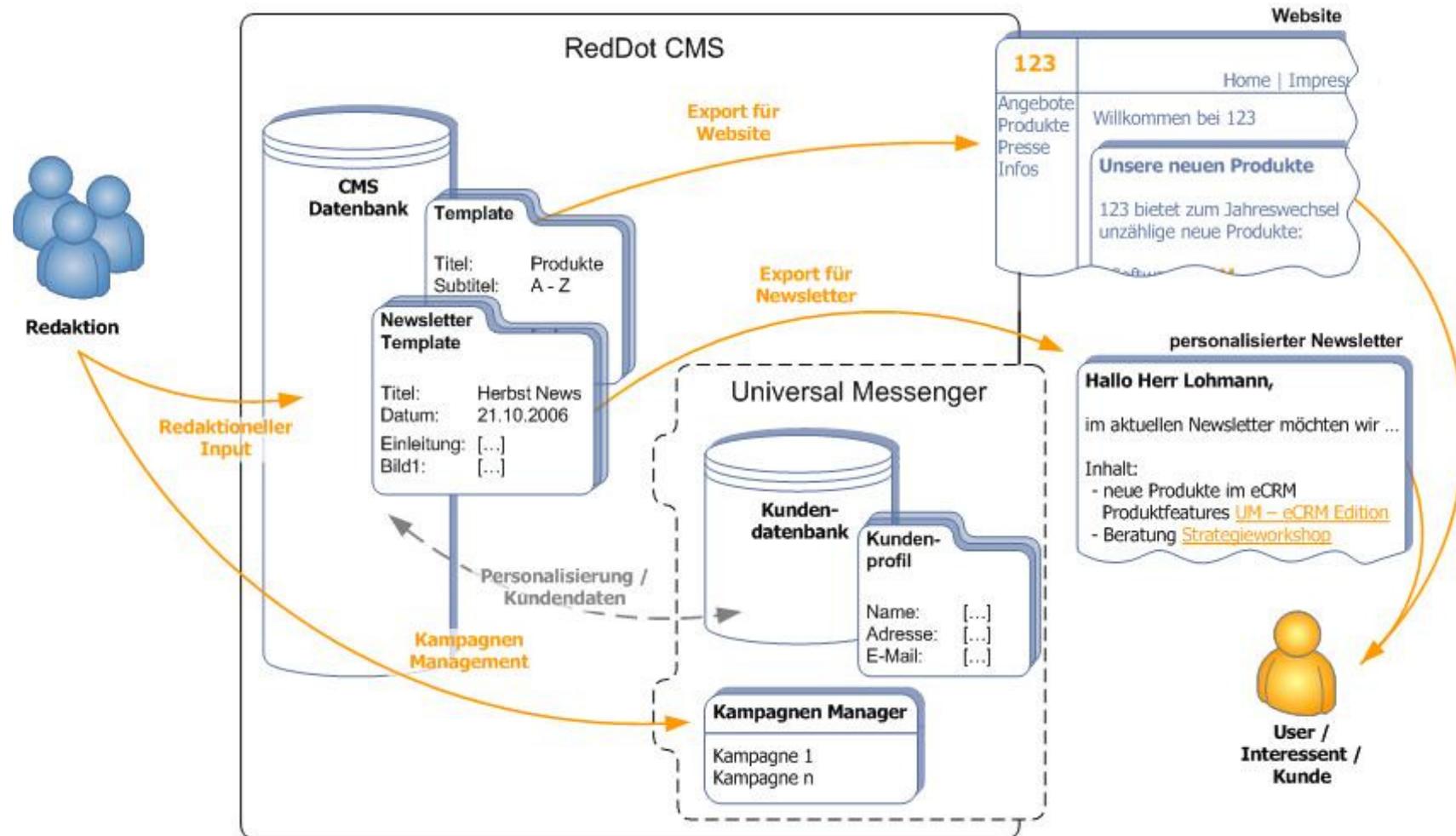
## Von der Massenkommunikation zum 1:1 Marketing



## Funktionsweise eines umfassenden eCRM Systems



## Kampagnen und Interaktionen – Newsletter Management



### Zusammenfassung

#### Sicht auf den Besucher und umgekehrt

- Userprofile
- Weitergehende Eigenschaften
- Intelligente Segmentierungsverfahren
- Qualitätssicherungsverfahren
- Offene Schnittstellen

Zusätzlich zu Rollen- und Berechtigungsinformationen können die gewonnen Daten für die hochwertige, persönliche Ansprache verwendet werden.

## Universal Messenger im Anwendungsbeispiel

### Einführung in die Thematik

Einführung und Bedeutung

Behavioral Targeting und eCRM in der Praxis

### Behavioral Targeting im Anwendungsbeispiel

Explizite und Implizite Datengewinnung

Datensegmentierung und Speicherung

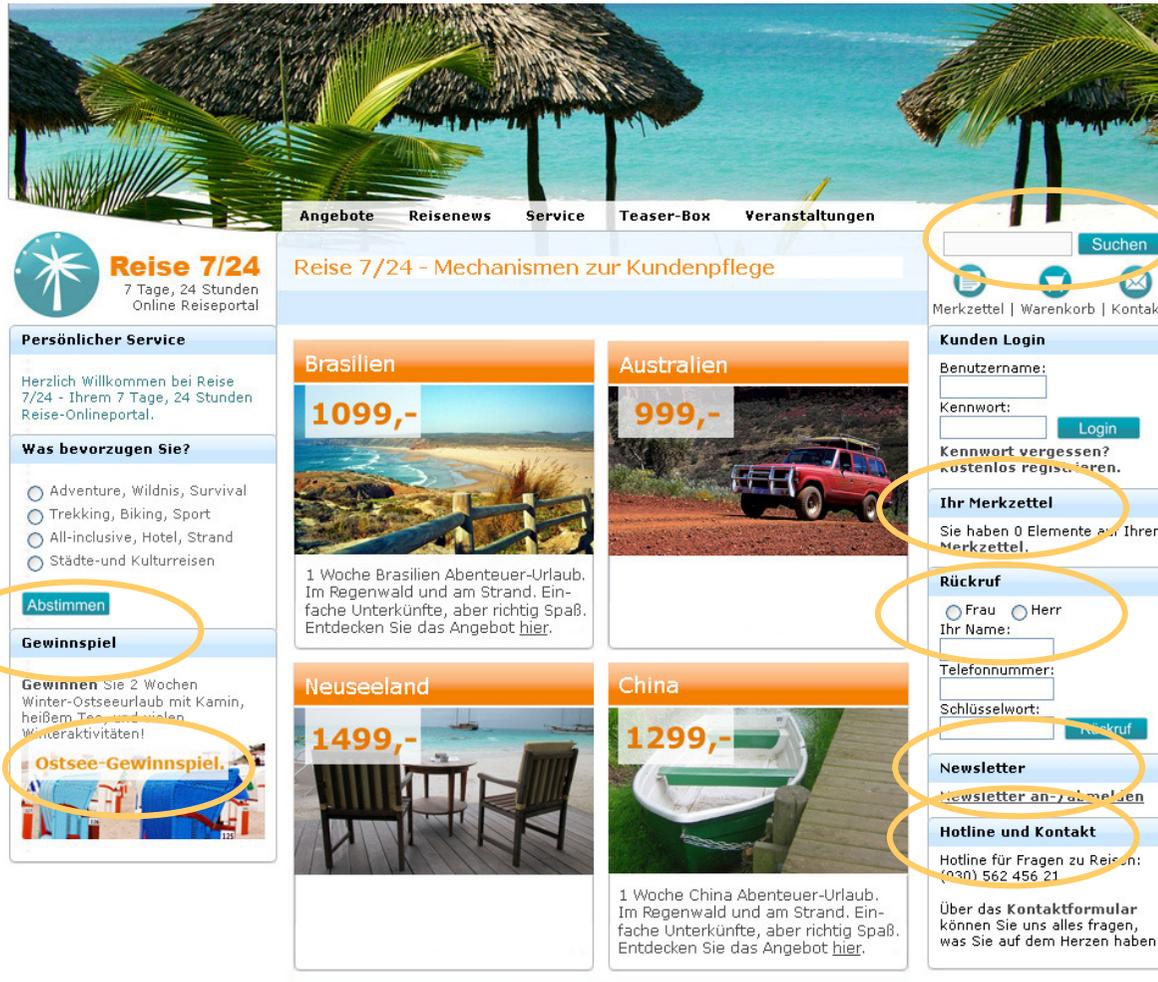
### Handlungsempfehlungen für die Zukunft

## Explizite und implizite Datengewinnung auf der Webseite

The screenshot displays a travel website with a navigation bar at the top containing 'Angebote', 'Reisenews', 'Service', 'Teaser-Box', and 'Veranstaltungen'. Below the navigation bar is a search bar with a 'Suchen' button and icons for 'Merkzettel', 'Warenkorb', and 'Kontakt'. The main content area is divided into several sections:

- Reise 7/24**: 7 Tage, 24 Stunden Online Reiseportal.
- Persönlicher Service**: Herzlich Willkommen bei Reise 7/24 - Ihrem 7 Tage, 24 Stunden Reise-Onlineportal.
- Was bevorzugen Sie?**: A list of preferences with radio buttons: Adventure, Wildnis, Survival; Trekking, Biking, Sport; All-inclusive, Hotel, Strand; Städte-und Kulturreisen. An 'Abstimmen' button is below.
- Gewinnspiel**: Gewinn Sie 2 Wochen Winter-Ostseeurlaub mit Kamin, heißem Tee, und vielen Winteraktivitäten! **Ostsee-Gewinnspiel.**
- Brasilien**: 1099,-. 1 Woche Brasilien Abenteuer-Urlaub. Im Regenwald und am Strand. Einfache Unterkünfte, aber richtig Spaß. Entdecken Sie das Angebot [hier](#).
- Australien**: 999,-. 1 Woche Australien Abenteuer-Urlaub. Im Regenwald und am Strand. Einfache Unterkünfte, aber richtig Spaß. Entdecken Sie das Angebot [hier](#).
- Neuseeland**: 1499,-. 1 Woche Neuseeland Abenteuer-Urlaub. Im Regenwald und am Strand. Einfache Unterkünfte, aber richtig Spaß. Entdecken Sie das Angebot [hier](#).
- China**: 1299,-. 1 Woche China Abenteuer-Urlaub. Im Regenwald und am Strand. Einfache Unterkünfte, aber richtig Spaß. Entdecken Sie das Angebot [hier](#).
- Kunden Login**: Benutzername: [input], Kennwort: [input], Login button. Links: Kennwort vergessen? Kostenlos registrieren.
- Ihr Merkzettel**: Sie haben 0 Elemente auf Ihrem Merkzettel.
- Rückruf**: Radio buttons for Frau and Herr, Ihr Name: [input], Telefonnummer: [input], Schlüsselwort: [input], Rückruf button.
- Newsletter**: Newsletter an-/abmelden.
- Hotline und Kontakt**: Hotline für Fragen zu Reisen: (030) 562 456 21. Über das **Kontaktformular** können Sie uns alles fragen, was Sie auf dem Herzen haben.

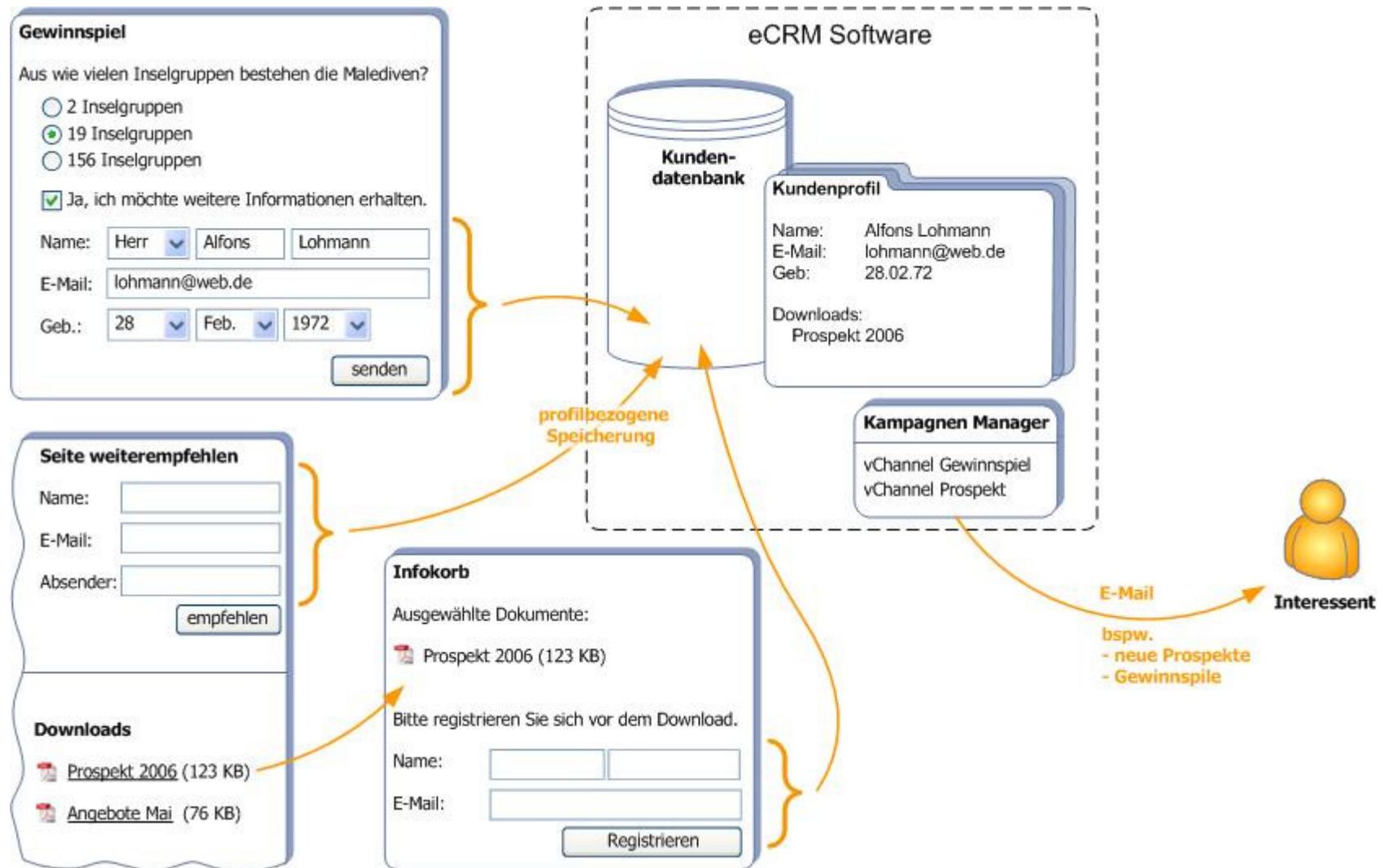
## Explizite Datengewinnung auf der Webseite



### Explizite Datengewinnung:

- Gewinnspiel, Kontaktformular, Rückruf, Umfragen, Profilaktualisierung im Login-Bereich, Suche, Merkzettel, Bewertungen
- Soziodemografische Daten wie:
  - Geschlecht
  - Alter
  - Lebensstil
  - Familienstand
- Metadaten:
  - Präferenzen
  - Interessengebiete
  - Wünsche

## Adressgewinnung und Qualifizierung



## Explizite Datengewinnung auf der Webseite

The screenshot shows a travel website interface. At the top, there are navigation tabs: **Angebote**, **Reisenews**, **Service**, **Teaser-Box**, and **Veranstaltungen**. Below the navigation is a search bar with a "Suchen" button and icons for "Merkzettel", "Warenkorb", and "Kontakt".

The main content area is titled "Newsletter an- oder abmelden". It contains a form with the following elements:

- A paragraph: "Wir bitten Sie, das Kontaktformular vollständig auszufüllen. Dies erleichtert es uns, die für Sie interessantesten Infos auszuwählen. Ihre Daten werden auf keinen Fall an Dritte weitergegeben. Wir beachten die Vorschriften des Datenschutzes." (This paragraph is circled in orange in the image).
- Four checkboxes for newsletter preferences:
  - Reiseangebote Reise 7/24
  - News zu meinen Interessen
  - Aktuelle Angebote
  - Service Reise 7/24
  - Last-Minute Angebote
  - Top Ten aller Buchungen
- A form for contact information:
  - \* Anrede: **Herr** (dropdown)
  - Vorname: **Alfons**
  - Name: **Lohmann**
  - Firma:
  - Straße, Nr.: **Mühlengasse 5**
  - PLZ, Ort: **50667 Köln**
  - Bundesland: **Nordrhein-Westfalen** (dropdown)
  - Tel. mit Vorwahl: **030-6543892**
  - Fax mit Vorwahl:
  - \* E-Mail: **lohmann@web.de**
- A blue "Absenden" button.

On the left side of the page, there are several promotional boxes:

- Reise 7/24**: 7 Tage, 24 Stunden Online Reiseportal.
- Persönlicher Service**: Herzlich Willkommen bei Reise 7/24 - Ihrem 7 Tage, 24 Stunden Reise-Onlineportal.
- Was bevorzugen Sie?**: Vielen Dank, Sie haben bereits an der Umfrage teilgenommen. (Ergebnisse button)
- Gewinnspiel**: Gewinnen Sie 2 Wochen Winter-Ostseeurlaub mit Kamin, heißem Tee, und vielen Winteraktivitäten! (Ostsee-Gewinnspiel. button)

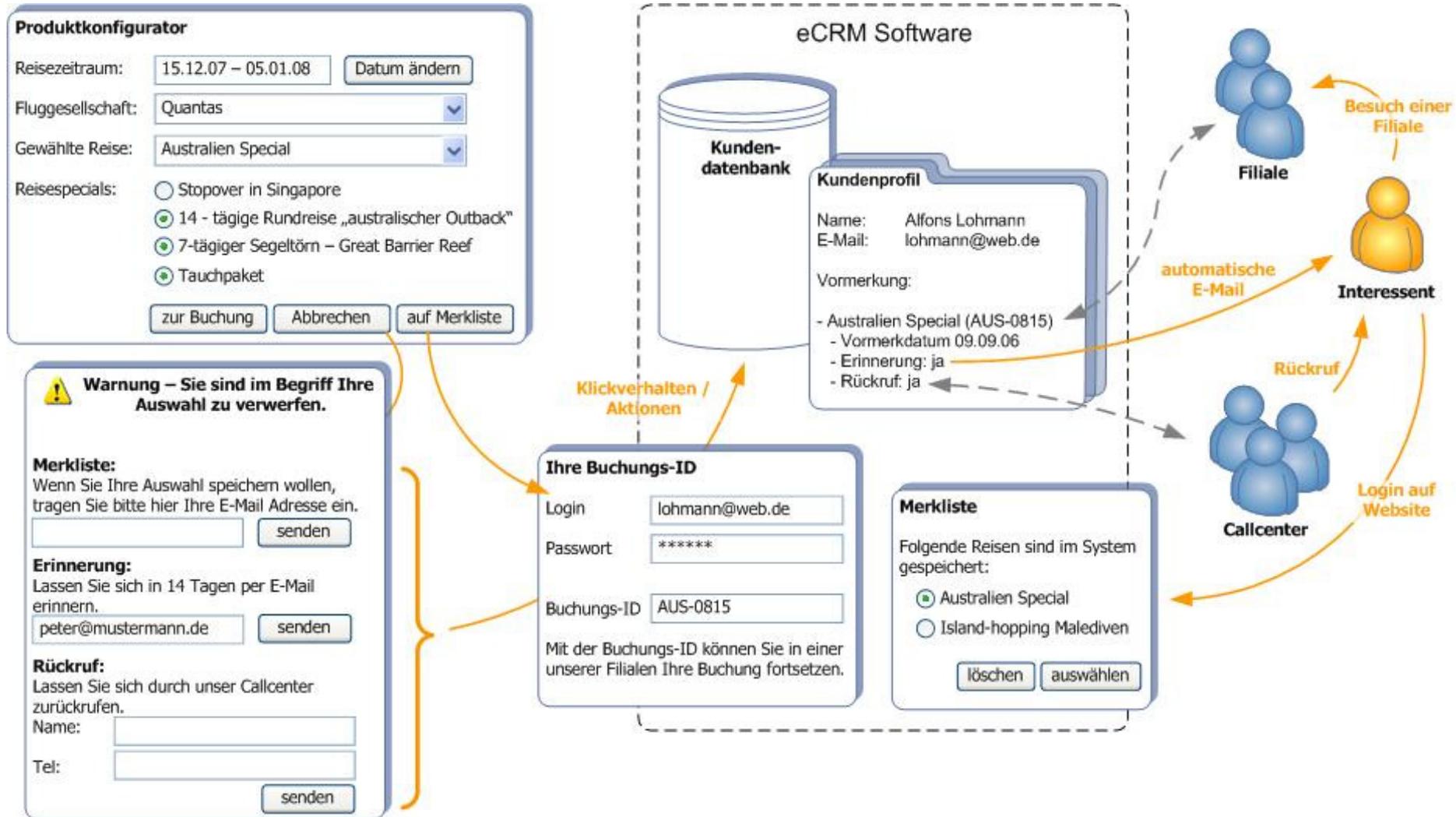
On the right side, there are sections for:

- Kunden Login**: Benutzernamen- und Kennwortfelder, "Login" button, and links for "Kennwort vergessen? Kostenlos registrieren."
- Ihr Merkzettel**: "Sie haben 0 Elemente auf Ihrem Merkzettel."
- Rückruf**: Radio buttons for "Frau" and "Herr", "Ihr Name:" and "Telefonnummer:" fields, "Schlüsselwort:" field, and "Rückruf" button.
- Newsletter**: "Newsletter an-/abmelden" button.
- Hotline und Kontakt**: "Hotline für Fragen zu Reisen: (030) 562 456 21" and a note: "Über das Kontaktformular können Sie uns alles fragen, was Sie auf dem Herzen haben."

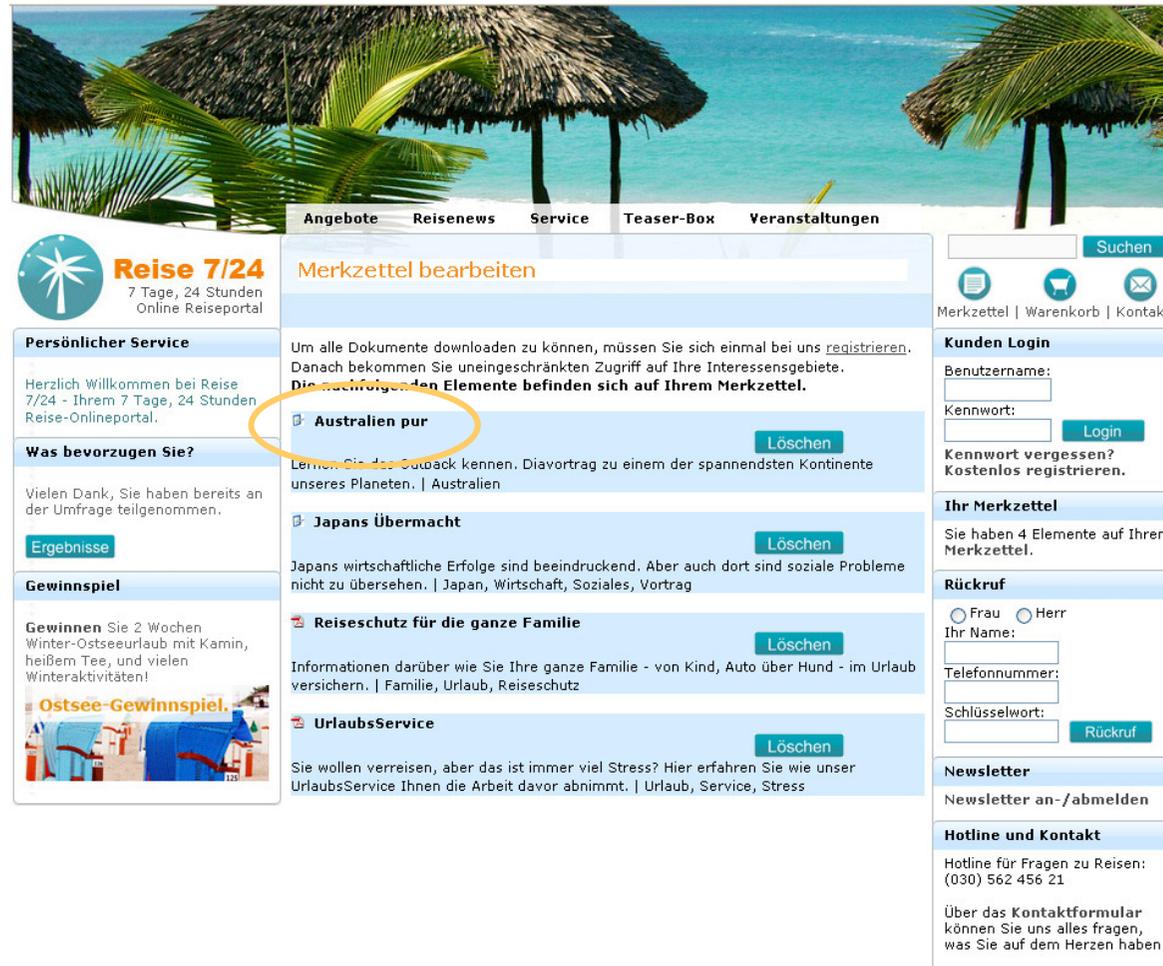
### Explizite Datengewinnung:

- Newsletter
- Gewonnene Daten:
  - Email
  - Interessenbereiche
  - Vorname
  - Nachname
  - Geschlecht
  - Geburtsdatum
  - Adresse
  - Telefon

## Kampagnen und Interaktionen – Automatisierte Abläufe



## Explizite Datengewinnung auf der Webseite - Merkzettel



### Explizite Datengewinnung:

- Merkzettel
- Auf Merkzettel abgelegte Elemente gehen sofort in die Aktualisierung des Interessenprofils ein
- Automatisch werden dem Besucher ähnliche Angebote gemacht
- Herunter geladene Elemente werden abgespeichert und warten auf die User-Bewertung

## Implizite Datengewinnung auf der Webseite

The screenshot displays a travel website with a navigation bar at the top containing 'Angebote', 'Reisenews', 'Service', 'Teaser-Box', and 'Veranstaltungen'. Below the navigation is a search bar with a 'Suchen' button and icons for 'Merkzettel', 'Warenkorb', and 'Kontakt'.

**Reise 7/24**  
7 Tage, 24 Stunden  
Online Reiseportal

**Persönlicher Service**  
Herzlich Willkommen bei Reise 7/24 - Ihrem 7 Tage, 24 Stunden Reise-Onlineportal.

**Menü Angebote**  
Abenteuerreisen  
Familienreisen  
Kreuzfahrten  
Last-Minute Reisen  
Pauschalreisen

**Und was mögen Sie?**

- Adventure, Wildnis, Survival
- Trekking, Biking, Sport
- All-inclusive, Hotel, Strand
- Städte- und Kulturreisen

**Abstimmen**

**Gewinnspiel**  
Gewinnen Sie 2 Wochen Winter-Ostseerurlaub mit Kamin, heißem Tee, und vielen Winteraktivitäten!  
**Ostsee-Gewinnspiel.**

**Aktuelle Angebote**

**Unser Top Reiseangebot**  
**Australien Spezial**  
[Image of a red SUV in a desert landscape]  
Lorem ipsum vel aequa quaestio in. Vel at vidit mazim veritus, altera appetere consetetur usu ea, te pri sententiae disputando. Sit an numquam elaboraret reformidans, aliquando philosophia ei pro, error docendi reprehendunt ea sea. An usu molestie appetere, vis ea odio iusto debitis. Tale dolores id eum, vim takimata suavitate et. In videtur expetenda vim, per ex oblique denique.  
**\*\*\* / 1299,-**

**Ihr Geburtstag**  
[Image of pink lilies]  
Herzlichen Glückwunsch, Alfons Lohmann! Zu Ihrem Geburtstag haben wir persönlich zugeschnittene [Reiseangebote](#) für Sie zusammengestellt.

**Reiseschutz**  
Sie können alles selbst einstellen und sich zu Ihren Themen passend Angebote zuschicken lassen.  
Ihren persönlichen Newsletter erhalten Sie [hier](#).

**Newsletter**  
Ihren persönlichen Newsletter erhalten Sie [hier](#).  
Sie können alles selbst einstellen und sich zu Ihren Themen passend Angebote zuschicken lassen.

**Kunden Login**  
Benutzername:  
[Input field]  
Kennwort:  
[Input field] **Login**  
Kennwort vergessen?  
Kostenlos registrieren.

**Ihr Merkzettel**  
Sie haben 2 Elemente auf Ihrem Merkzettel.

**Rückruf**  
 Frau  Herr  
Ihr Name:  
[Input field]  
Telefonnummer:  
[Input field]  
Firma:  
[Input field] **Rückruf**

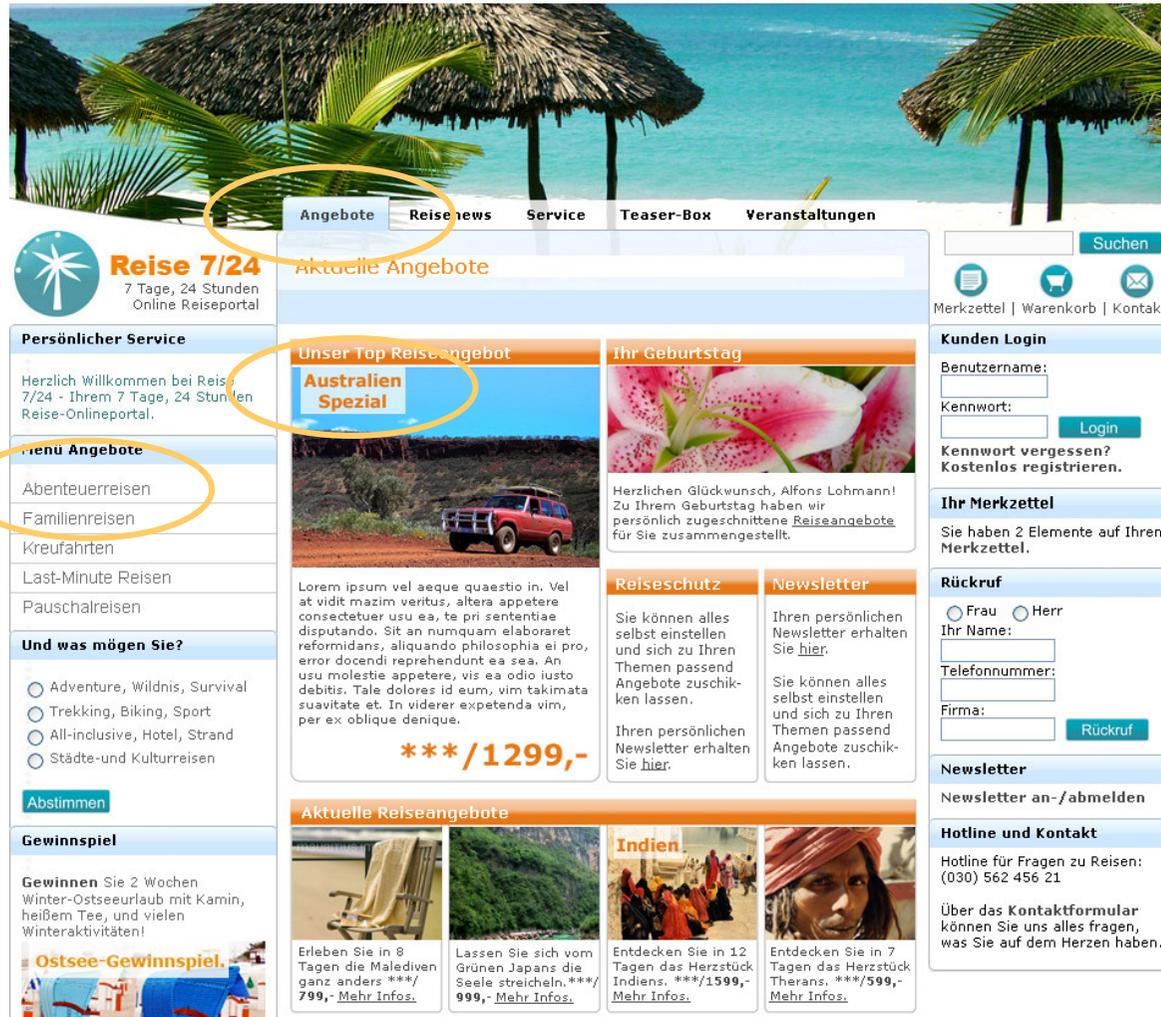
**Newsletter**  
Newsletter an-/abmelden

**Hotline und Kontakt**  
Hotline für Fragen zu Reisen:  
(030) 562 456 21  
Über das **Kontaktformular** können Sie uns alles fragen, was Sie auf dem Herzen haben.

**Aktuelle Reiseangebote**

**Indien**  
[Image of people in traditional Indian attire]  
Entdecken Sie in 8 Tagen die Malediven ganz anders \*\*\*/799,- Mehr Infos.  
Lassen Sie sich vom Grünen Japans die Seele streicheln.\*\*\*/999,- Mehr Infos.  
Entdecken Sie in 12 Tagen das Herzstück Indiens. \*\*\*/1599,- Mehr Infos.  
Entdecken Sie in 7 Tagen das Herzstück Therans. \*\*\*/599,- Mehr Infos.

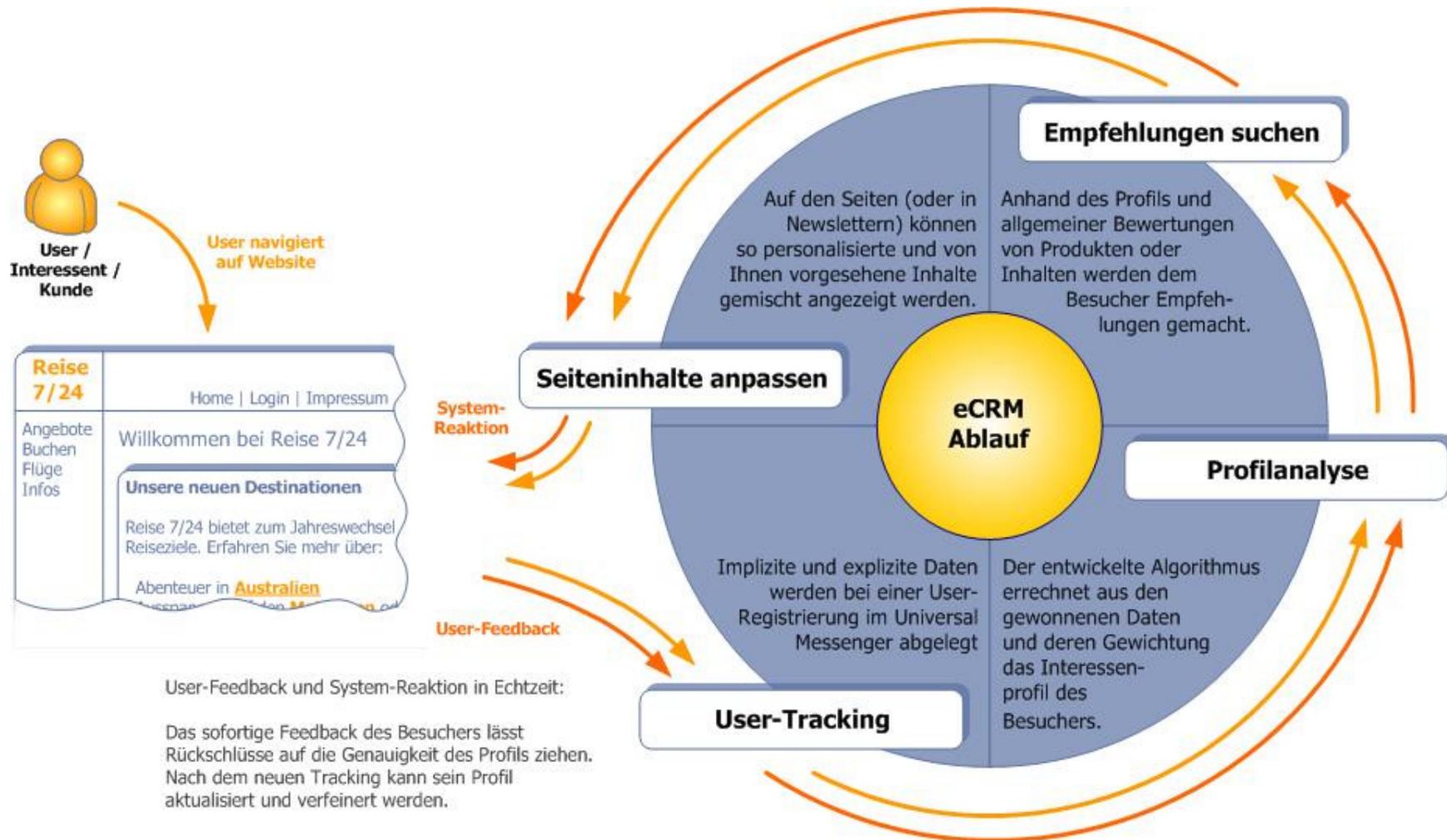
## Implizite Datengewinnung durch Beobachtung des Users



### Implizite Datengewinnung:

- Menüpunkte, Teaser, Banner, Links, abgeschlossene oder abgebrochene Kaufvorgänge
- Aktuelle Interessensgebiete durch Aktualisierung der Datenbank mit hinzukommenden Verhaltensanalysen
- Bevorzugter Stimulus (Texte, PDF, Bilder, Newsletter, Angebot)
- Verfeinerung des Kundenprofils durch Gewichtung: Dokument auf Merkzettel „wiegt“ mehr als Klick auf Menüpunkt; Download „wiegt“ mehr als Speichern

## Interessenprofil aus dem Surf-Verhalten des Users extrahieren



## Datenspeicherung der Profile

Channels **Einträge** Newsletter Statistik Extras Hilfe

Eintrag ansehen

**Alle Attribute**

**Attributgruppen**

- Standardattribute
- Rollen und Zugriffsrechte
- Universal Messenger
- User Tracking
- Merkzettel
- Newsletter
- Umfragen
- Bestellungen
- Kontaktaufnahmen
- Interessenprofil
- Veranstaltungsanmeldungen
- Mitarbeiter
- Download

**Channels**

**VChannels**

Standardattribute	
Anrede	Herr
Titel	
Vorname	Alfons
Nachname	Lohmann
Firma	
Firma 2	
Straße / Adresse	Zum Meisensteg 12
Adresse 2	
Postleitzahl	50667
Ort	Köln
Bundesland/State/Region	Nordrhein-Westfalen
Land	
E-Mail-Adresse	lohmann@web.de
Handynummer	
Telefonnummer	0221-5647322
Telefonnummer 2	
Faxnummer	

### Individuelle Profile:

- Jedes Profil besteht aus verschiedenen Attributen in denen Daten des Users abgelegt werden
- Attributtabelle sind leicht anzupassen und beliebig erweiterbar
- Alle Informationen, die Sie über Ihre Kunden wissen möchten, können im Universal Messenger als Attribut angelegt werden
- Bei jedem Seitenbesuch oder Newsletteraufruf werden die individuellen Profile mit Daten ergänzt

## Beispiele für Attribut Speicherung

Eintrag ansehen

Alle Attribute

Attributgruppen

- Standardattribute
- Rollen und Zugriffsrechte
- Universal Messenger
- User Tracking
- Merkzettel

Merkzettel

Merkzettel	Datum	Id	Label	Pfad	Titel	Beschreibung	Aktion	Gewichtung	Dateityp
	Fr, 23. Feb. 2007	983	/Reiseservice/Reis	/Reiseservice/Reis	Mit der ganzen Familie unterwegs	Sie möchten mit Ihrer Farr.	ADD	3	pdf
	Fr, 23. Feb. 2007	1827	/Reiseservice/Reis	/Reiseservice/Reis	Ihre Sicherheit im Urlaub	Sie brauchen Ihren Pass,	DOW	8	pdf
	Fr, 23. Feb. 2007	923	/Reiseservice/Reis	/Reiseservice/Reis	Auf Flugreisen vorbereiten	Ihnen ist etwas mulmig, w	RAT	11	pdf

Löschen Bearbeiten Ok

Eintrag ansehen

Alle Attribute

Attributgruppen

- Standardattribute
- Rollen und Zugriffsrechte
- Universal Messenger
- User Tracking
- Merkzettel
- Newsletter
- Umfragen
- Bestellungen
- Kontaktaufnahmen
- Interessenprofil
- Veranstaltungsanr
- Mitarbeiter
- Download

Kontaktaufnahmen

Kontaktanfragen

Datum	Betreff	Kontakttyp	Nachricht	Bearbeitet?	bearbeitet von	Gewichtung	Bewertung
Fr, 23. Feb. 2007	Reiseinformationen	eMail eingehend	Sehr geehrte Damen und Herren,  würden Sie mich bitte unter: 0221-5647200 zurückrufen. Ich würde gern Informationen zu Australien einholen. Vielen Dank,  Alexa Lehmann	<input type="checkbox"/>			

Löschen Bearbeiten Ok

Eintrag ansehen

Alle Attribute

Attributgruppen

- Standardattribute
- Rollen und Zugriffsrechte
- Universal Messenger
- User Tracking
- Merkzettel
- Newsletter
- Umfragen
- Bestellungen
- Kontaktaufnahmen
- Interessenprofil
- Veranstaltungsanmeldungen
- Mitarbeiter
- Download

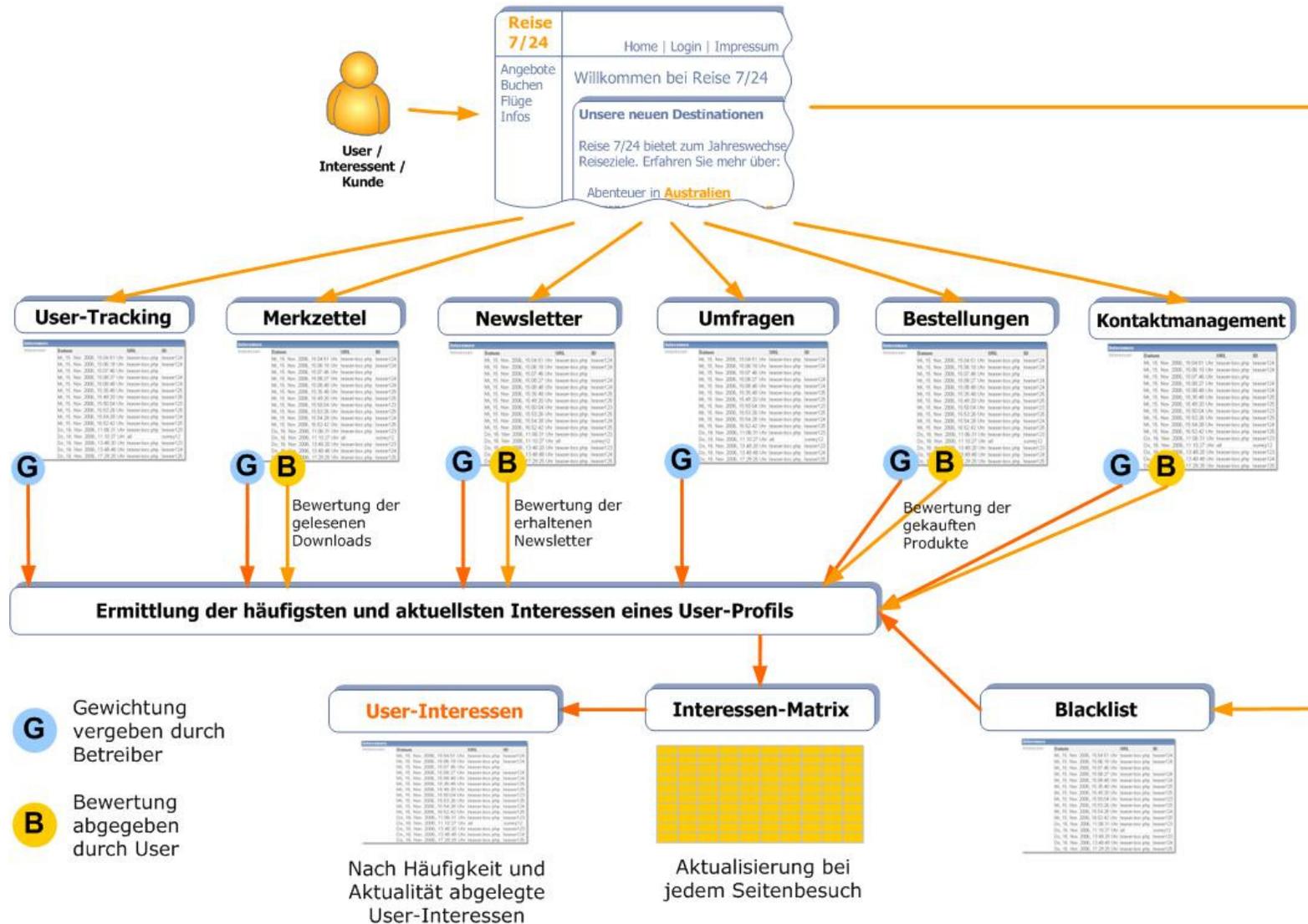
User Tracking

Tracking

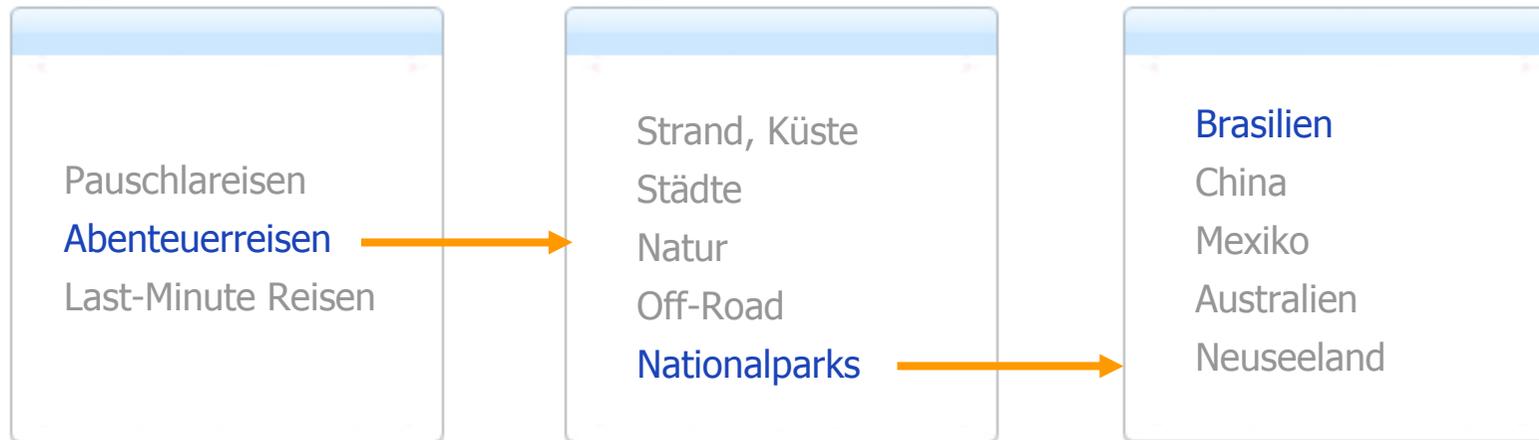
Datum	Tags	ID	URL	Zähler	Tiefe
Fr, 23. Feb. 2007, 14:42:47 Uhr	/Reiseangebote/Familienreisen	867	/html/867.htm	3	2
Fr, 23. Feb. 2007, 01:13:20 Uhr	/Angebote/Reiseinformationen	891	/html/891.htm	2	2
Fr, 23. Feb. 2007, 01:03:17 Uhr	/Reiseservice/Reiseinformationen	102	/html/102.htm	1	2
Mi, 21. Feb. 2007, 17:48:06 Uhr	/Buchungen/Buchung1234/kunden	1342	/html/1342.htm	5	3
Mi, 21. Feb. 2007, 17:51:17 Uhr	/Newsletter/Reise724/Auswahl	982	/html/982.htm	3	3
Mi, 21. Feb. 2007, 18:35:59 Uhr	/Reiseveranstaltungen/Staedte/Berlin	6574	/html/6574.htm	2	3
Mi, 21. Feb. 2007, 18:36:04 Uhr	/Angebote	1234	/html/1234.htm	5	1
Mi, 21. Feb. 2007, 18:36:08 Uhr	/Reiseversicherungen/Kurzreisen/14Tage	011	/html/011.htm	2	3
Di, 20. Feb. 2007, 18:11:27 Uhr	/Reiseservice/Reiseinformationen/Diebstahl	145	/html/145.htm	1	3

Löschen Bearbeiten Ok

## Extraktion der User-Interessen aus den abgelegten Attributen



## Hierarchische Gliederung der Interessensgebiete



### Interessen können durch hierarchisches Ablegen eindeutig zugeordnet werden

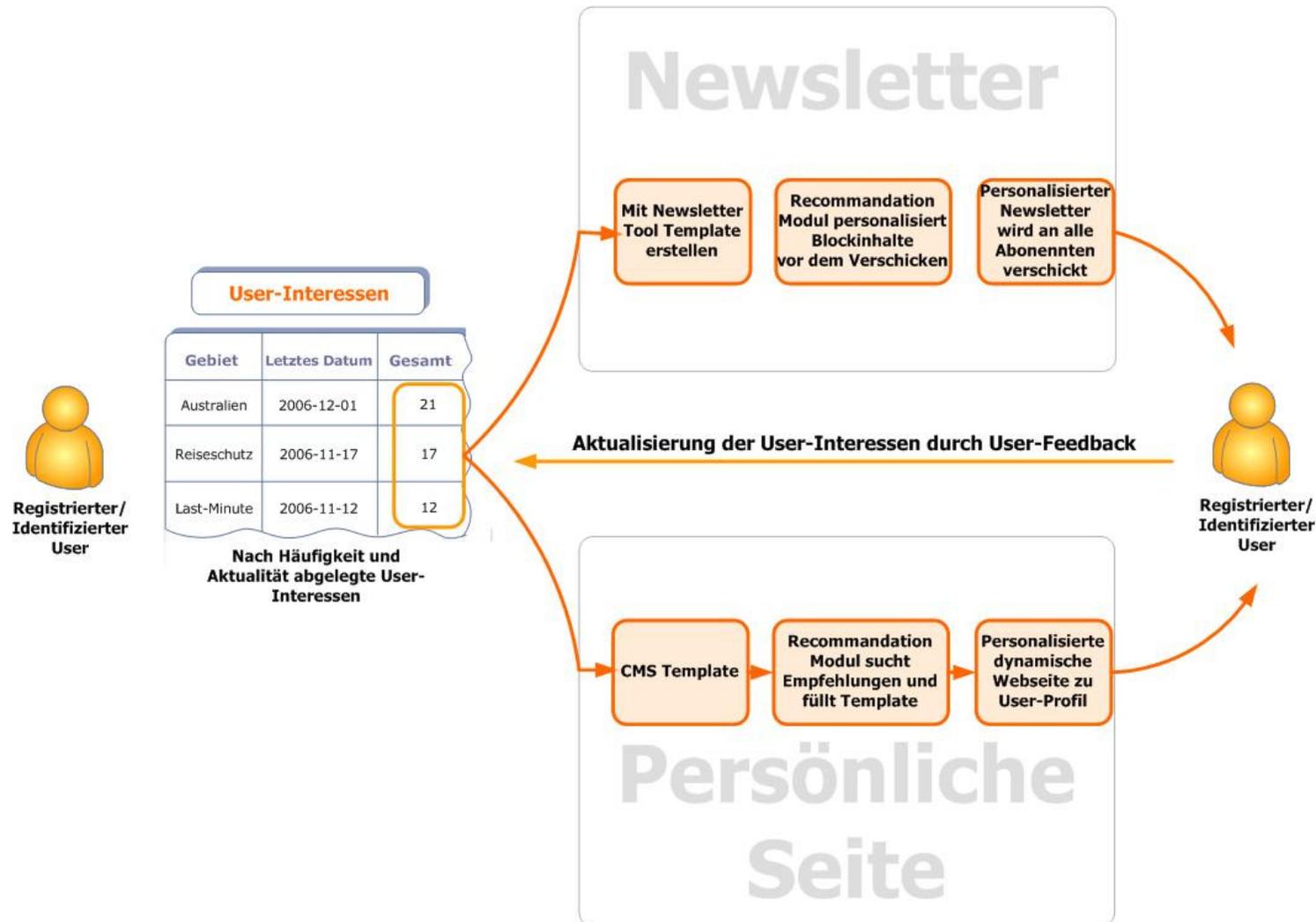
- Jeder Betreiber hat eigene Anforderungen zur Kategorisierung
- System ist flexibel und erlaubt es, Präferenzen unterschiedlich zu definieren

# Datenspeicherung und Kundenmanagement

## Die extrahierten Interessenprofile bieten zahlreiche Möglichkeiten für die Festigung von Kundenbeziehungen

- Kunden zu Clustern zusammen fassen und Informationen verschicken, die über den Inhalt der Webseite hinaus gehen
- Entwicklung allgemeiner Trends verfolgen (z.B. meist verkauftes Produkt, meist herunter geladenes Dokument, meist geöffneter Newsletter) durch die zusammengefasste Betrachtung aller Kundenprofile
- Generierung von Empfehlungen, die auf Kundenprofile abgestimmt sind
- Persönlicher Websites mit Inhalten, die zum Interessenprofil passen
- Persönliche Angebote mit aktuellen Kampagnen mischen und die Reaktionen der Kunden kontrollieren
- Schritt für Schritt Kundenstrategie optimieren

# Newsletter-Personalisierung und Erstellung der persönlichen Seite gemäß der Interessen eines User-Profiles



**Betreff:** Reise 7/24 News und Last-Minute Angebote für Sie

**Von:** Reise 7/24 <reise724@reise724.de>

**Antwort an:** Reise 7/24 <reise724@reise724.de>

**Datum:** 28.11.2006 23:56

**An:** Alfons Lohmann <lohmann@web.de>



**Reise 7/24**

7 Tage, 24 Stunden  
Online Reiseportal



Hallo, Alfons Lohmann!

Wir haben für Sie spezielle Informationen zu **Australien** und Reiseschutz zusammengestellt. Ihre persönliche Seite können Sie [hier](#) besuchen.

**Australien**



[Einmaliges Sonderangebot >>](#)

**Neuseeland**



[Weg vom Standard! >>](#)

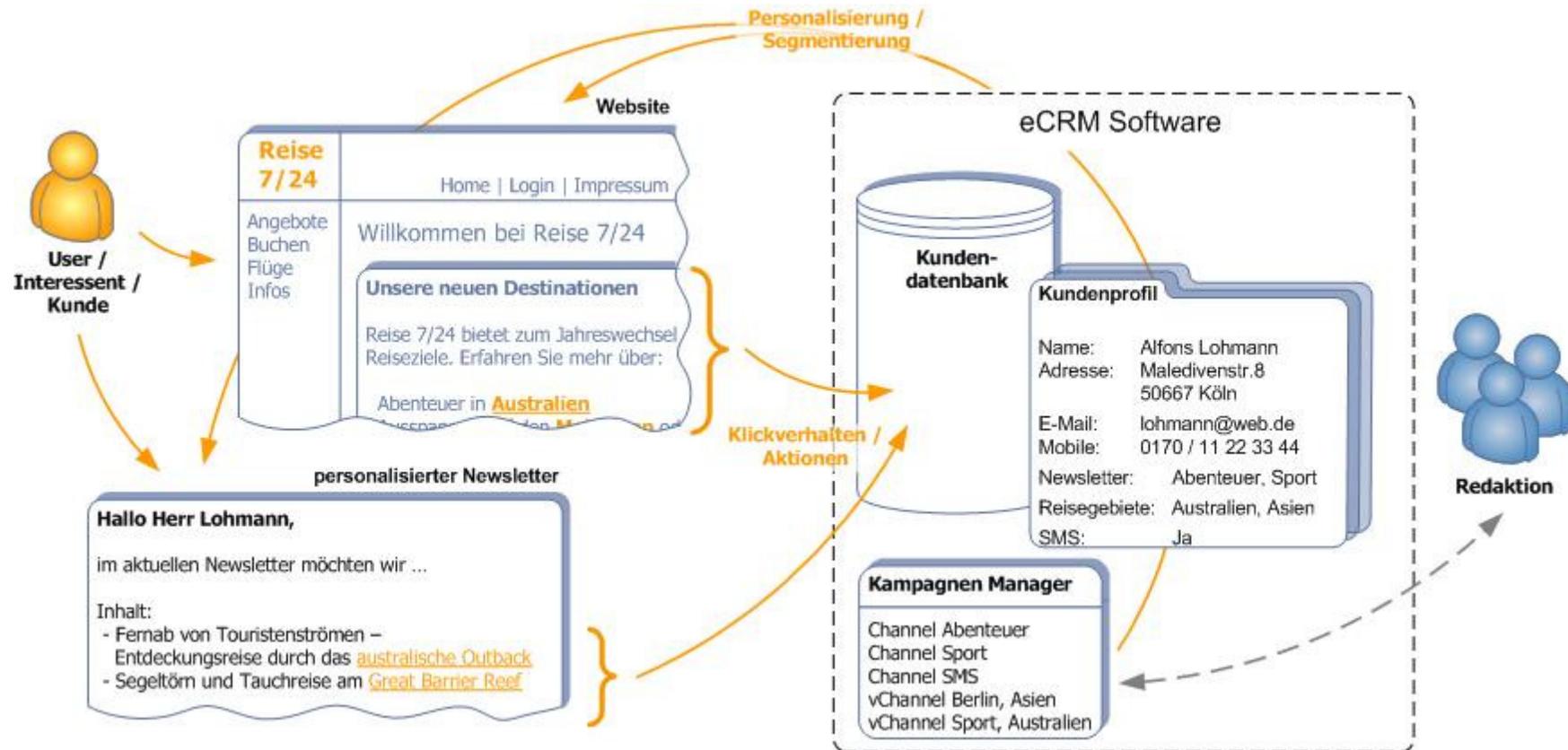
Lust auf Abenteuer? - Wir helfen Ihnen bei der Reiseplanung!



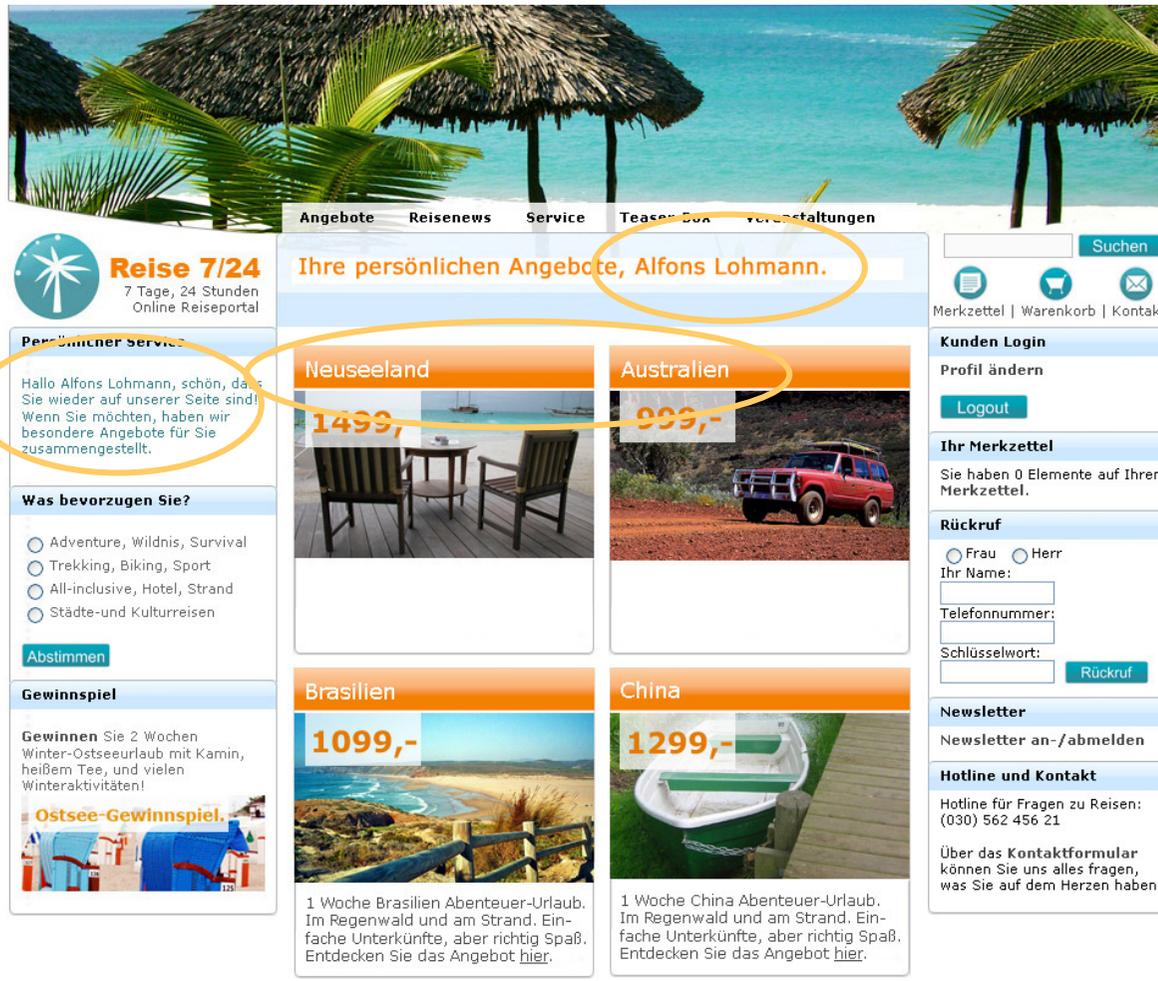
Ungelesen: 0

Gesamt: 29

## Kampagnen und Interaktionen – Kampagnenmanagement



## Intensität der Personalisierung bestimmen



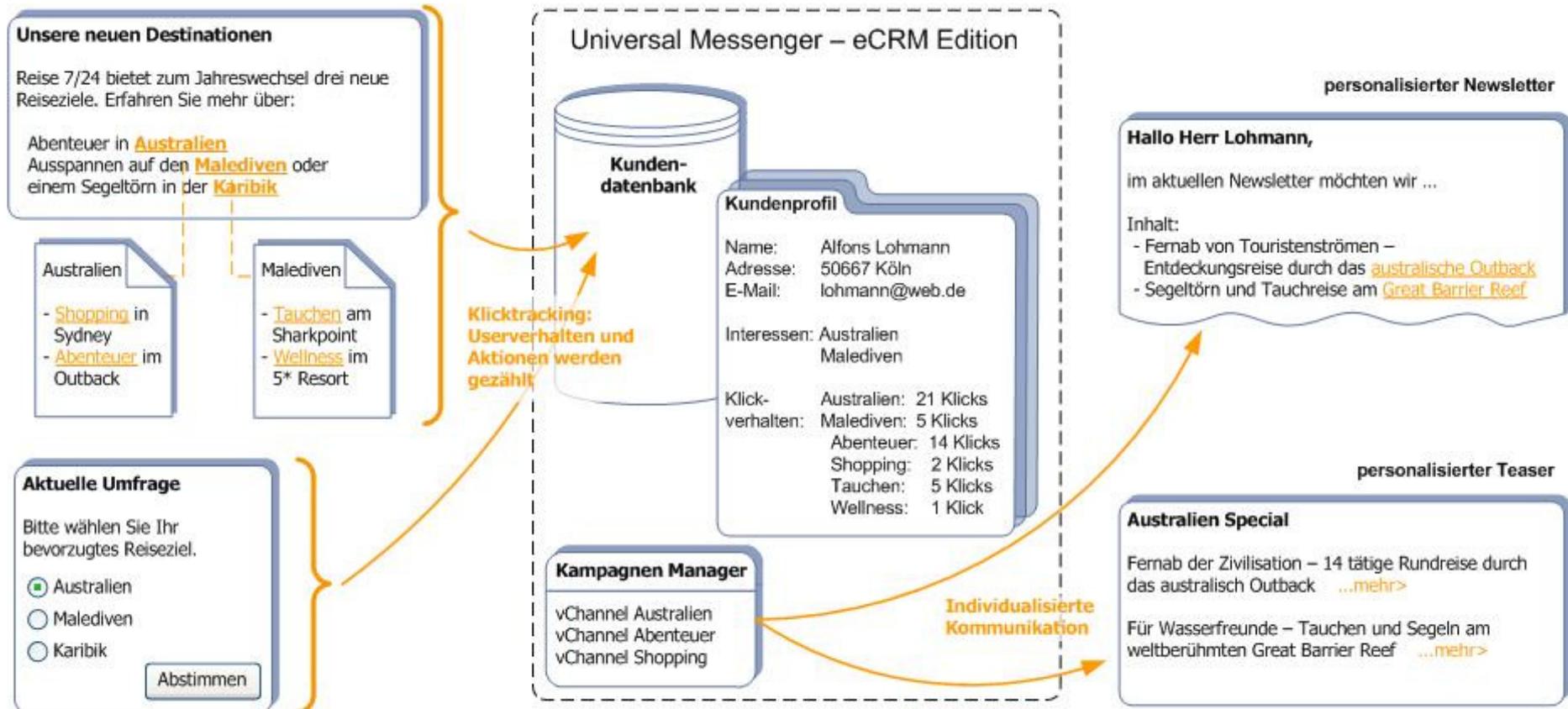
The screenshot shows a travel website interface with a personalized header for 'Alfons Lohmann'. The header includes a search bar and navigation links. Below the header, there are several sections:

- Personalized Service:** A message addressed to Alfons Lohmann, stating 'Halo Alfons Lohmann, schön, dass Sie wieder auf unserer Seite sind! Wenn Sie möchten, haben wir besondere Angebote für Sie zusammengestellt.'
- Was bevorzugen Sie?:** A section with radio buttons for preferences: Adventure, Wildnis, Survival; Trekking, Biking, Sport; All-inclusive, Hotel, Strand; Städte-und Kulturreisen.
- Gewinnspiel:** A section for a contest: 'Gewinnen Sie 2 Wochen Winter-Ostseeurlaub mit Kamin, heißem Tee, und vielen Winteraktivitäten! Ostsee-Gewinnspiel.'
- Personalized Offers:** A grid of travel offers for different destinations, each with a price and a description:
  - Neuseeland:** 1499,-
  - Australien:** 999,-
  - Brasilien:** 1099,-
  - China:** 1299,-
- Right Sidebar:** Includes 'Kunden Login' (Profil ändern, Logout), 'Ihr Merkzettel' (0 Elemente), 'Rückruf' (Frau/Herr, Name, Telefonnummer, Schlüsselwort), and 'Newsletter' (an-/abmelden).

### Persönliche Seite

- Vielfältige Möglichkeiten, die Personalisierung einzusetzen
- Zugeschnittene, ähnliche und gemischte Angebote machen: User-Profile aktualisieren und erweitern
- Personalisierung kann flexibel gestaltet werden: häufig oder dezent

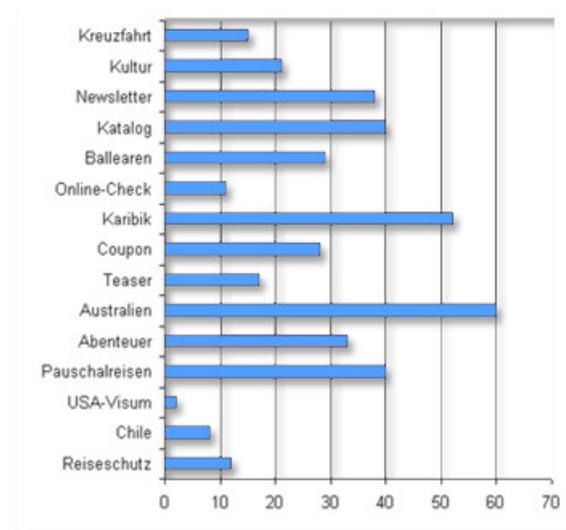
## Behavioral Targeting – Segmentierung & Ansprache



## Datennutzung zur Visualisierung der Präferenzen Ihrer Kunden

Die im eCRM System gespeicherten Daten zu einzelnen Kundenprofilen lassen sich vielfältig nutzen

- Tag Cloud oder Diagramme: auf Abruf können zu einzelnen Usern alters- und geschlechtsspezifisch visualisierte Informationen angezeigt werden
- Hoher Informationsfluss auf einfacher Darstellung: schnell und intuitiv zugänglich
- Beispiel zur Nutzung: telefonische Kundenaquise, Vorbereitung auf Kundengespräch, Rückrufwunsch



## Leistungsumfang und Funktionsweise

### Einführung in die Thematik

Einführung und Bedeutung

Behavioral Targeting und eCRM in der Praxis

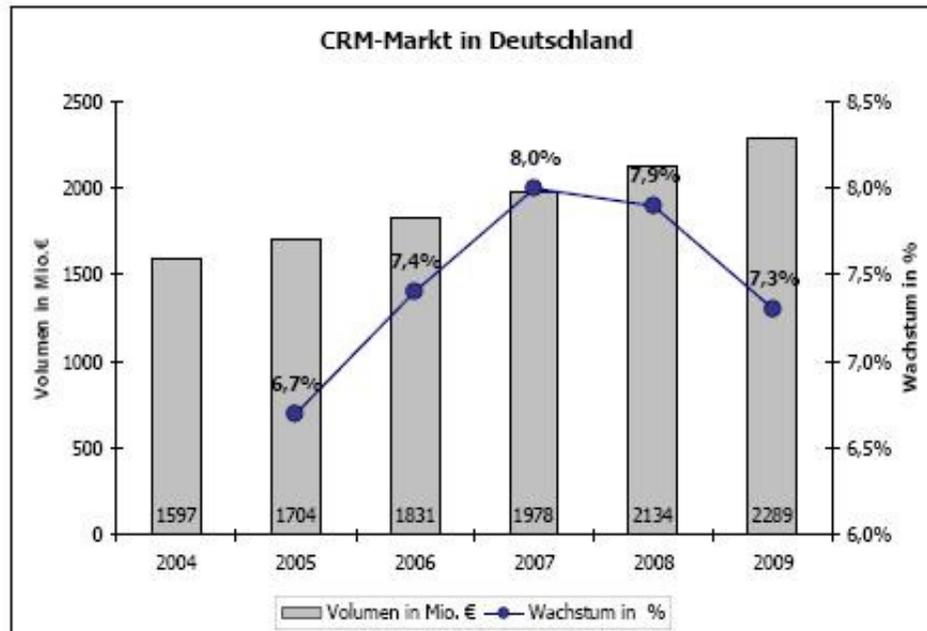
### Behavioral Targeting im Anwendungsbeispiel

Explizite und Implizite Datengewinnung

Datensegmentierung und Speicherung

### Handlungsempfehlungen für die Zukunft

## Strategisches Thema



## CRM-Markt und Wettbewerbsvorteile

- Hohe Investitionsvolumen mit Wachstumsaussichten
- Platz Nummer 1: CRM



### Handlungsempfehlung für die Zukunft

#### Warum Behavioral Targeting

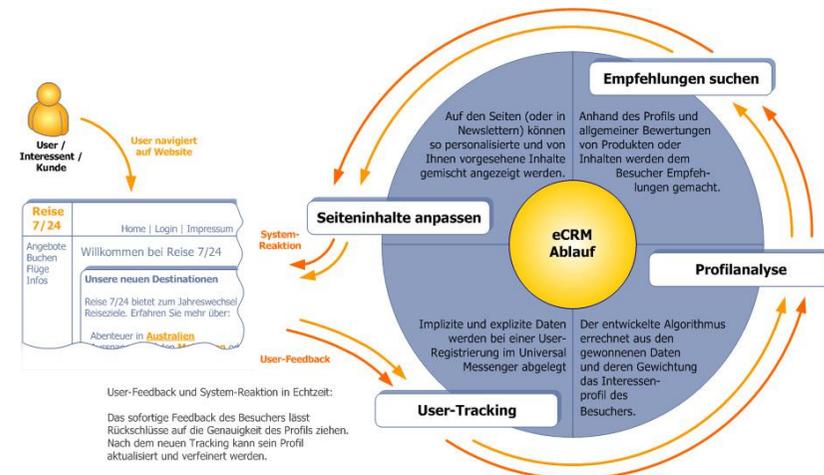
- 1:1 Marketing zentrales Instrument zur langfristigen Kundenbindung
- Erhöhung der Kundenorientierung schafft Wettbewerbsvorteile
- Effiziente und effektive Kommunikation durch umfassendes Kampagnenmanagement
- Umsatzsteigerung durch eine kontinuierliche Betreuung, Cross- und Upselling



## Handlungsempfehlung für die Zukunft

### Wie mit diesem Thema beginnen?

- Prozesse betrachten
- Segmentierung und Ansprache
- Controlling und Justierung



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit**

**Andreas Gromadecki**  
(Head of Sales)

**Jan-Philip Riehle**  
(Strategic Marketing Manager)

Pinuts media+science  
Multimedia-Agentur GmbH

Krausenstraße 9-10  
10117 Berlin

fon: +49 30 59 00 90 3 - 0  
fax: +49 30 59 00 90 3 - 90  
<http://www.pinuts.de>

Die Informationen in diesem Dokument wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Wir übernehmen keine juristische Verantwortung oder Haftung für eventuell verbliebene fehlerhafte Angaben oder deren Folgen.

Alle Warennamen werden ohne Gewährleistung der freien Verwendbarkeit benutzt und sind möglicherweise eingetragene Warenzeichen. Wir richten uns im Wesentlichen nach den Schreibweisen der Hersteller.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte bleiben vorbehalten, einschließlich der Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.