

Mit Pitney Bowes effektiv kommunizieren

## Kundenbindung neu definiert

Abb.: © iStockphoto.com/vostava



**André Vogt, Cenit AG:**  
Innovative 360-Grad-Kundenkommunikation – ein hybrides Modell für den Erfolg.



**Stefan Heins, Circle Unlimited:**  
Das Zusammenspiel von Projektmanagement, Rechtsabteilung und IT.



**Anke Vortmann, Dvelop AG:**  
In puncto Datenschutz sicher unterwegs – mit Hilfe von ECM-Lösungen



**Andreas Dittmann, Invaris:**  
Omnichannel-Strategie – Kundenkommunikation im digitalen Zeitalter.

# Omnichannel-Strategie

Kundenkommunikations-Management wird heutzutage als ein wichtiges Instrument zur Interaktion mit Kunden und Partnern angesehen, um nicht nur Massenkommunikation zu generieren, sondern auch um eine für den Empfänger maßgeschneiderte Botschaft zu überbringen. Es ist daher keine Überraschung, dass Kundenkommunikation in unterschiedlichen Branchen als wichtiger Bestandteil der digitalen Transformation und wichtiger Innovationstreiber angesehen wird.

Im Rahmen dieser Untersuchungen wurde auch festgestellt, dass die Kundenkommunikation die Grundlage für zukünftige Omnichannel-Strategien ist. Die sich ändernde Art der Kundenkommunikation hat vor allem Auswirkungen auf Unternehmen, bei denen die Kommunikation immer noch papierbasiert ist. Es ist auch belegt, dass das Konsumieren von Informationen bei den jüngeren Generationen sich komplett wandelt. Waren bis jetzt die Vertrags-/Rechnungs- und Abrechnungsdokumente in Briefform die am meisten akzeptierte Form, so verlangt die nächste Generation die Aufbereitung der Informationen in neuen Medien wie z. B. Portalen und Chats, also weg von der traditionellen Briefsendung.

## Personalisierte Korrespondenz

Die Annahme, dass das Kundenkommunikationsmanagement vor allem für die Verwaltung der gedruckten Kommunikation gedacht oder eine notwendige Backoffice-Funktion ist, ist zwar aus der Historie heraus richtig, doch in den aktuellen Anwendungsszenarien wandert der Kunde immer mehr in den Fokus und wird in Rah-

men der Kundenbindungsstrategie in die jeweiligen Prozesse immer mehr integriert. Beginnend beim Marketing erstreckt sich die Kommunikation über den gesamten Geschäftsverlauf per Dokument, E-Mail und Nachrichten in mehreren Berührungspunkten über alle Geräte und Kanäle hinweg.

Eine sehr effizient personalisierte Korrespondenz für jeden Kanal erreichen Sie mit dem goSmart Designer. Mit Hilfe des fortschrittlichen Designkonzeptes werden Vorlagen, Inhalte und Dokumentenlogik als Bausteine erstellt, zentral versioniert und in diversen Dokumentarten und Ausgabekanälen referenziert. Dadurch wird die Anzahl der Vorlagen reduziert sowie Corporate Design und Compliance sichergestellt. Die Ausgabekanäle Druck und Digital können jederzeit kombiniert und auf das Projekt abgestimmt werden.

goSmart DCS bereitet die Dokumente für die gesamte Korrespondenz auf und sichert die Qualität über alle Ausgabekanäle. Die Dokumentaufbereitung kann sowohl für Massensendungen, interaktive Anwendungen als auch OnDemand erfolgen. Der Output ist für den jeweiligen Ausgabekanal optimiert und ideal für Omnichannel-Einsatz.

## Klar und prägnant

Für den optimierten Versand von Dokumenten können mit goSmart JobManager die erstellten Dokumente gesammelt werden. Um zu einem späteren Zeitpunkt eventuell im Kombination, kanalspezifisch optimiert versendet zu werden. Zur Gewährleistung von Fristen können nicht abgerufene digitale Dokumente nach einem definierten Zeitraum postalisch versendet werden.

Sachbearbeiter werden durch goSmart FormStation bei der interaktiven Bearbeitung im Browser unterstützt. Mit Dokumentenlogik und einem Rollenkonzept ist die Integrität des erstellten Dokuments sichergestellt. In Kombination mit goSmart ProcessManager kann die Bearbeitung mit einem kundenspezifischen Prozess kombiniert werden.

goSmart FormStation kann auch in Online-Geschäftsstellen zur Datenerfassung durch Kunden eingesetzt werden. Die Erfassungsmasken werden automatisch aus der Dokumentvorlage und deren Bausteinen abgeleitet.

Mit goSmart CCM Suite steigern Sie die Profitabilität durch Entlastung der IT mit schlanken Geschäftsprozessen und Kostenreduktion für Konvertierung, Design, Test, Produktion und Lieferung. Verbessern Sie die Kundenzufriedenheit durch klare, prägnante und kundenfreundliche Kommunikation und die Bereitstellung über die vom Kunden bevorzugten Kanäle, einschließlich E-Mail, Internet und Textnachrichten.

Minimieren Sie das Risiko durch Sicherstellung der Markenkonsistenz über alle Kanäle hinweg, schnelle Reaktion auf regulatorische Änderungen sowie durch die Verwendung genehmigter, konformer Inhalte.

*(www.invaris.com)*



Andreas Dittmann,  
Vertriebsleiter  
Invaris: „Moderne Kundenkommunikation ist die Grundlage für zukünftige Omnichannel-Strategien.“