

■ Omni-Channel-Marketing viele Kanäle - eine Plattform

Unternehmen stehen vor der Herausforderung, sämtliche Kommunikationskanäle zu bedienen - und zwar gleichzeitig. Und: Sie müssen dem Konsumenten in jedem Kanal ein möglichst konsistentes Markenerlebnis bieten. Dazu gehört natürlich auch der Dialog mit den Usern, der für die Weiterentwicklung der Kundenbindung genutzt wird. Diese strategische Ausrichtung nennt sich Omni-Channel-Marketing. Ein Thema, das uns als Content-Spezialisten intensiv beschäftigt. Denn wir stellen mit pirobase das zentrale System zur Bespielung aller Kommunikationskanäle zur Verfügung.

Bei der Nutzung des Systems ist uns vor allem wichtig, dass die Autoren Spaß bei der Arbeit haben und das System schnell und einfach bedienen können. Und genau das ermöglicht pirobase. Die Autoren kümmern sich ausschließlich um die Inhalte - ganz ohne Systemwechsel, komplizierte Schnittstellen oder technisches Know-how. Aus pirobase heraus steuern sie ganz einfach und intuitiv die Inhalte aller Kommunikationskanäle. In einem Redaktionsprozess. So wird dem Konsumenten über alle Kanäle hinweg ein konsistentes Markenerlebnis geboten. Dazu gehört auch eine integrierte Feedback-Schleife, um das Benutzerverhalten auszuwerten und User Generated Content in die Redaktion zurückzuführen.



■ Eine Beispiel-Lösung im Überblick

■ **Gewinnspiel-Website mit Facebook-Login** Datenschutz und Targeting

Auf einer Website wird ein User dazu eingeladen, an einem Gewinnspiel teilzunehmen. Dabei kann man Flugreisen gewinnen, wenn man Urlaubsfotos auf der Facebook-Seite einer Airline postet. Das Foto mit den meisten Likes gewinnt. Die Gewinnspiel-Seite erstellen Sie mit dem pirobase Inplace Editor. Elemente wie Bilder, Texte und QR-Code ziehen Sie per Drag & Drop in die neue Seite und können sie dort direkt anpassen und pflegen. Um teilnehmen zu können, muss der User sich auf der Gewinnspielseite zunächst mit seinem Facebook-Account anmelden. Das Datenschutzrecht wird befolgt, indem der User explizit aufgefordert wird, der Weitergabe seiner Daten an Dritte zuzustimmen. Erst dann kann er sich einloggen und bekommt einen QR-Code angezeigt, der die Verbindung von klassischer Webseite zum Smartphone herstellt. Beim Facebook-Login wird außerdem die Freigabe des Users zur Nutzung seiner Facebook-Profildaten eingeholt. Auf Basis dieser Profildaten können Sie Targeting betreiben – dem User also für ihn passende Angebote anbieten.

■ **Gewinnspiel Smartphone-App** redaktioneller Content und Fotofunktion

Im nächsten Schritt lädt der User sich durch Scannen des QR-Codes die Gewinnspiel-Smartphone-App herunter. Mit dieser App kann er Bilder aufnehmen und diese auf der Gewinnspiel-Seite und der Facebook-Fanpage teilen. Die Smartphone-App erfüllt zwei Zwecke: sie stellt dem Teilnehmer redaktionellen Content dar und verfügt über eine Fotofunktion zum Erzeugen von User Generated Content. Den Informationstransfer zwischen Smartphone-App, Website und Facebook-Fanpage steuert pirobase. Hier liegen alle Inhalte der App und hier werden auch zentral alle über die App geteilten Bilder verwaltet. Die redaktionellen Inhalte der App pflegen Sie ganz einfach in pirobase.

■ **Freigabe und Veröffentlichung** drei Szenarien auf eine Streich

Bilder, die der User über die Smartphone-App teilt, werden in einem optionalen Freigabeprozess in pirobase überprüft und anschließend durch das System auf der Facebook-Fanpage veröffentlicht. Dort können die Bilder von anderen Usern geliked werden. In Facebook werden gleich drei Szenarien mit pirobase abgebildet: die Status-Updates auf der Fanpage, das Album mit den Bildern aus der Smartphone-App und die Targeting-Kampagnen mit der Facebook-App. Neu eingehende Bilder aus der Smartphone-App werden automatisch als Statusmeldung auf der Facebook-Fanpage angezeigt. Ist der Freigabeprozess vorgeschaltet, erfolgt die Veröffentlichung auf Facebook durch Freigabe in pirobase. Das Bilderalbum der Facebook-Fanpage wird automatisch durch pirobase mit den Bildern der Gewinnspielteilnehmer versorgt. Diese stammen aus der Smartphone-App. Auf Facebook können die Bilder mit „Likes“ versehen werden.

■ Kampagnen für die Facebook-App

Profildaten gegen Mehrwerte

Parallel zum Gewinnspiel können Sie in pirobase spezielle Kampagnen für die Facebook-App erstellen und mit Zielgruppen verknüpfen. Die Inhalte werden dann anhand der Profildaten der Facebook-App-User, deren Nutzung zuvor zugestimmt wurde, interessenspezifisch ausgeliefert. Es handelt sich also um einen Tausch von Profildaten gegen Mehrwerte, die über die Facebook-App angeboten werden. In diesem Fall werden die Interessen und Likes der User abgefragt.



■ pirobase

die zentrale Redaktionsplattform zur Bespielung aller Kanäle

Mit pirobase bieten wir Ihnen die Plattform zur Umsetzung Ihrer Omni-Channel-Strategie. Denn unsere Lösung dient als das zentrale System zur Bespielung aller Kommunikationskanäle in einem Redaktionsprozess. Die integrierte Targeting-Funktionalität ermöglicht eine zielgruppenspezifische Ausspielung des Contents. So wird dem Konsumenten über alle Kanäle hinweg ein konsistentes Markenerlebnis geboten. Dazu gehört auch eine integrierte Feedback-Schleife, um in den direkten Dialog mit den Usern treten zu können. pirobase gewährleistet dabei einheitliche Arbeitsschritte und Funktionalitäten über alle Channels wie Website, Fanpage, Smartphone und Facebook-App hinweg.

■ Ihre Vorteile im Überblick

■ Eine Plattform für alle Kanäle

pirobase ist die kanalübergreifende, zentrale Content Management Plattform mit einem Redaktionsprozess für Ihre Omni-Channel-Strategie.

■ Zeit- und Kostenersparnis

pirobase bietet effiziente Strukturen zur Contenterstellung und Datenpflege. So werden redundante Arbeitsschritte vermieden.

■ Kanalübergreifende Funktionalitäten

Die Autoren erstellen die Inhalte für alle Kanäle aus einem zentralen System heraus in einem Redaktionsprozess und profitieren so von einheitlichen Arbeitsschritten über alle Kanäle hinweg.

■ Hohe Kundenzufriedenheit

Der Kunde bekommt immer, überall und zur richtigen Zeit passende Angebote, Informationen und Daten und wird so Teil eines konsistenten Markenerlebnisses.

■ Wer wir sind und was wir tun die pirobase imperia gmbh stellt sich vor

Wir sind ein führender Anbieter von Enterprise Content Management (ECM)- und Product Information Management (PIM)-Lösungen. Neben einem umfangreichen Beratungsteam von ECM- und PIM-Experten gehören die beiden Produktmarken imperia und pirobase zu unserem Kernangebot. Rund 120 motivierte Mitarbeiter an unserem Standort in Köln bieten unseren Kunden eine Rundum-Betreuung: von Beratung und Anforderungsanalyse über Konzeption und Projektmanagement bis hin zu Installation und Umsetzung der Projekte. Zu unseren Kunden zählen Konzerne, mittelständische Unternehmen sowie zahlreiche öffentliche Institutionen. Dies sind einige unserer langjährigen zufriedenen Kunden:



Kontakt

pirobase imperia gmbh | Von-der-Wettern-Straße 27 | 51149 Köln | Deutschland
T: +49 2203 935 30-2100 | F: +49 2203 935 30-2101 | info@pirobase.de | www.pirobase.de