

Roundtable: Unternehmen diskutieren den Einsatz von Transpromo

Vier Unternehmen aus den Branchen Telekommunikation, Finanzen, Tourismus und IT diskutierten beim Anwender-Roundtable von Group 1 Software ihre Erfahrungen

München, 29. April 2009 – White Space Management, Message Steuerung, Werbesteuerung, Freespace Marketing, Transaktionsdruck 2.0 – all diese Begriffe bezeichnen das Konzept, den freien Platz auf einem Dokument aus dem Transaktionsdruck für personalisiertes und farbiges Marketing zu nutzen. Der Begriff „Transpromo“, der in den derzeitigen Diskussionen am häufigsten benutzt wird, verweist auf die Zusammenführung von Transaktion und Promotion. Group 1 Software, Teil der Pitney Bowes Business Insight Division, brachte fünf Experten am Roundtable zusammen, um den derzeitigen Stand der Transpromo-Technologie zu analysieren, laufende Anwendungen zu diskutieren und einen Ausblick auf die kommenden Jahre zu wagen.

Die Teilnehmer diskutierten die automatische Generierung von Dokumenten mit Inhalten, die über die unterschiedlichsten IT-Systeme verteilt sein können. Während des Output-Prozesses werden den Dokumenten Inhalte zugesteuert. Ziel ist es, die Schriftstücke hochwertiger, spannender und informativer zu machen und so einen neuen Kommunikationskanal zum Kunden zu öffnen.

Daniel Reukauf, Mitarbeiter in der Qualitätssicherung bei der Thomas Cook AG Deutschland, räumt der Transpromo-Anwendung einen hohen Stellenwert in der Kundenkommunikation des Unternehmens ein. „Als eine wichtige Schnittstelle zum Kunden haben wir Management-Attention“, erklärt Reukauf. „Diese Beachtung für uns liegt auch darin begründet, dass unser Kundenkontakt heute sehr viel besser funktioniert, als in der Vergangenheit. Der Wechsel zu Transpromo war eine sehr gute Entscheidung – im Moment läuft es für uns richtig gut.“ Thomas Cook nutzt die Technologie, um für ihre Kunden Reisebooklets und Rechnungen zu drucken und zu versenden. „Ein entscheidendes Argument ist die Automatisierung des gesamten Output-Prozesses. Wir verschicken jährlich Millionen Reiseunterlagen direkt ab der Druckstraße.“

Somit ist Transpromo ein entscheidender Bestandteil des Outputmanagements. Jürgen Weinhardt, Vertriebsleiter bei Compart Deutschland, erklärt: „Unsere Software steht in der Prozesskette an der Stelle, an der das fertige Transpromo-Dokument für die Verteilung in die unterschiedlichsten Ausgabekanäle, wie Produktionsdruck mit Kuvertierung und DV-Freimachung, dezentraler Druck, Archiv, Portal, Fax, E-Mail, aufbereitet wird.“ Seit 1999 höre er immer wieder Begriffe, wie „White Space Management“ oder „Farbe drucken“, ebenso wie „Rechnungen per E-Mail verschicken“. Durchgesetzt hätten sich diese Trends in Deutschland noch nicht, doch nach seiner Meinung, sei dies in naher Zukunft zu erwarten.

Auch bei der DekaBank nutzen die Verantwortlichen Transpromo-Technologie. „Wir erstellen für unsere Kunden etwa 18 Millionen Aussendungen im Jahr, um sie über ihre Wertpapierentwicklungen und -abrechnungen zu informieren“, so Janis Bumbulis, Produktbetreuung Depot- und BAV-Systeme DekaBank. „Wir versuchen, bei diesen Aussendungen mit White Space Management zusätzliche Marktchancen zu erschließen.“ Ziel sei es, die Kunden anzusprechen und ihnen verschiedenste Informationen zu schicken. „Das kann der Hinweis auf Produkte sein oder auf Auszeichnungen. Damit möchten wir den Vertrieb unserer Partner in der Vermarktung unserer Fonds unterstützen und gleichzeitig unsere Kunden über die Anlageentwicklung informieren“, so Bumbulis. Heute gelte Transpromo in der DekaBank als ein Vertriebsmittel, das Hand in Hand mit anderen Marketinginstrumenten genutzt wird. „Wir nutzen die Dokumente, um andere Vertriebsaktivitäten – wie Fernsehen, Internet, etc. – zielgerichtet zu unterstützen.“

Für Manfred Iske, Key Account Manager Group 1 Software, zählt Transpromo bei den meisten Unternehmen nicht zu den geschäftskritischen Anwendungen. „Für die Hardwarehersteller steht immer noch der Aspekt der Promotion im Mittelpunkt“, erklärt Iske. „Wenn wir zu Kunden gehen, müssen wir also einige andere Argumente mitbringen. Zum Beispiel, dass wir den Unternehmen mit Transpromo Werkzeuge zur Verfügung stellen, die viel mehr können, als ‚nur‘ Promotion. Zusätzlich müssen wir aufzeigen, welche Kosten- und Nutzenpotenziale sich aus einem Dokument erschließen lassen. Wir bieten ein hochwertiges Dokument mit klarem, zusätzlichem Nutzen für Kunden – das ist die neue Qualität unseres Angebotes.“

Vorteile zeigen sich beispielsweise beim Thema rechtliche Hinweise, die Unternehmen ihren Kunden mitteilen müssen. Im Fall eines Reiseanbieters, sind dies unter anderem die Angaben was und wie viel Gepäck mit in ein Flugzeug genommen werden darf. Diese Informationen, oder mindestens ein Verweis darauf, wo sie zu finden sind, müssen in den Reiseinformationen stehen. Thomas Cook druckt die Texte in der jeweiligen Landessprache des Kunden direkt ins Reisedokument. Daneben gibt es auch Zielgebietsinformationen, wie Einreisebestimmungen, die weitergegeben werden müssen. „Die von Group 1 betonte ‚Flexibilität beim Drucken‘ heißt in diesem Fall, dass wir in jedes Dokument den individuell richtigen Informationstext elektronisch einsteuern und direkt von der Druckstraße verschicken. Die Alternative wäre, dass Mitarbeiter solche Informationen, zusammen mit den Reisedokumenten, in einen Briefumschlag stecken.“

Transpromo sammelt also nicht nur Pluspunkte bei der flexiblen Verarbeitung der Dokumente, sondern auch bei der Automatisierung des Druck- und Briefmanagements sowie der Rationalisierung innerhalb der Prozesse.

Die sogenannte personalisierte Werbesteuerung zählt in der Telekommunikationsbranche zu den wichtigen Pluspunkten von Transpromo: „Unsere Kunden sind große Telekommunikationsfirmen. Diesen liefern wir Systeme mit denen alle Services und Dienste, die der Endkunde in Anspruch nimmt, in Echtzeit erfasst, verwaltet und verbucht werden“, erklärt Carola Wendeborn, Solution Partner Manager bei Orga Systems. „So kann der Provider nicht nur eine sekundengenaue Abrechnung sicherstellen, sondern gleichzeitig alle Kundendaten zentral verwalten. Mit speziell zugeschnittenen Angeboten und gezielter Kommunikation können die Kundenbindung verbessert und die Kundenzufriedenheit gesteigert werden.“ So könne die Auswertung der Nutzungsdaten beispielsweise zeigen, dass der Verbraucher nur Voice in Anspruch nimmt. Das Unternehmen möchte natürlich, dass der Kunde auch die Datenservices in Anspruch nimmt. Über die Transpromo-Technologie kann der Vertrieb die freien Flächen auf der Rechnung dafür nutzen, ihm gezielt Boni oder einen entsprechenden Discount anzubieten.

Allerdings unterscheiden sich sowohl die Regularien als auch die Kundenakzeptanz von Land zu Land erheblich. „Bei den Rechnungen, die wir durch Einsatz der Group 1-Technologien in Südamerika gestalten, landen – bis hin zu Konzertkarten – alle möglichen Angebote auf den Telefonrechnungen. Mir gefällt das sehr gut, aber in Deutschland kann ich mir das nicht vorstellen“, ergänzt Wendeborn.

Es ist die Aufgabe des Managements, Visionen zu entwickeln, wie die Dokumente hochwertig und sinnvoll um Informationen oder Werbung ergänzt werden. Intern müssen dann Prozesse aufgesetzt werden, in denen die Inhalte für diese Dokumente erstellt werden, so das Resümee der Roundtable-Teilnehmer.

Download der gesamten Roundtable-Diskussion mit Bildmaterial:

<http://www.group1.de/html/news/white-papers/>

Über Group 1 Software – Pitney Bowes Business Insight Division

Group 1 Software gehört zur Pitney Bowes Business Insight Division und ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft des Pitney Bowes Konzerns. Das Unternehmen ist weltweiter Anbieter für Komplettlösungen in den Bereichen Customer Communication Management (CCM) und Operational Intelligence. Die Lösungen decken den gesamten Prozess der bedarfsgerechten Kundenkommunikation lückenlos ab und gewährleisten durch vielfältige analytische Möglichkeiten die gezielte Kundenansprache. Sie zeichnen sich durch hohe Leistungsfähigkeit und einfache Handhabung aus. Ein programmierfreier modularer Aufbau ermöglicht der IT, sowie allen beteiligten Fachabteilungen beliebiger Branchen, den flexiblen Einsatz der skalierbaren Lösungen. Zu den Kunden von Group 1 Software zählen Commerzbank, Fiducia, Finaserv, LBS Nord, Novartis Pharma, Siemens, Swisscom, u.a.. Group 1 Software ist eine hundertprozentige Tochter von Pitney Bowes, die unter eigenem Namen firmiert. In Deutschland agiert die Group 1 Software GmbH (Pitney Bowes Business Insight Division) von München aus und ist für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständig. Weitere Informationen finden Sie unter www.group1.de und www.pbbusinessinsight.com

Bei Rückfragen kontaktieren Sie bitte:

Frau Iris Träger-Toff

Tel: 089 / 46 23 87-0

Fax: 089 / 46 23 87-44

E-Mail: iris_traeger@group1.de

Belegexemplar erbeten an:

Group 1 Software GmbH

Frau Iris Träger-Toff

Grafinger Straße 2

81671 München