

TESTBERICHT

Andrew Sanderson, Ansaco



Management Summary

EVALANCHE – Das Ergebnis eines fundamental neuen Denkens im Bereich eMail Marketing

Die neue Version 3 des EVALANCHE ASP-Systems zeigt, dass man bei SC-Networks die treibenden Kräfte des eMail-Marketings präzise analysiert und verstanden hat.

Die Lösung:

- erzielt eine höhere Aufmerksamkeit bei Newsletter-Empfängern, was eine positive Entwicklung für eMail-Marketingprofis darstellt.
- beschleunigt den Newsletter-Produktionsprozess – mit dem Effekt, dass Zeit, Aufwand und Kosten signifikant eingespart werden.
- bietet durch seinen ganzheitlichen Ansatz eine homogene Systemlandschaft für ein professionelles eMail- und Online-Marketing.

EVALANCHE V3 setzt neue Standards, die das eMail-Marketing von Agenturen und In-house-Marketingabteilungen stark verändern werden.

Über den Autor Andrew Sanderson

Als Direktor für Global eMarketing war Andrew Sanderson bei SAP für die Planung und Durchführung von eMarketing-Projekten für 85 Marketinggruppen in 37 Ländern verantwortlich. Zwischen 2000 und 2005 erzielte das eMarketing-Team eine Steigerung der eMail-Projekte um den Faktor 4 bei gleichzeitiger Produktivitätsverbesserung der eMarketing-Manager bei Kampagnen um den Faktor 2.

Was ist neu in EVALANCHE V3?

Eine ganze Menge! Am beeindruckendsten ist, wie das System arbeitet. EVALANCHE V3 ist das Ergebnis eines fundamental neuen Denkens und eines konsequenten Re-Designs der bisherigen Lösung. Es verbindet ein Content Management System (CMS) mit umfassenden eMail-Marketing-Funktionalitäten.

Das Ergebnis ist eine eMail-Marketing-Lösung, die völlig neue Standards für effektives Arbeiten und technische Effizienz setzt.

Das System legt Internet Publishing dauerhaft in die Hände von Marketing-Kommunikationsspezialisten – Textern, Editoren, PR-Spezialisten – sowie von Direktmarketing- und Marketing-Kommunikationsstrategen.

Die Abhängigkeit von IT-Know-how bei der Erstellung von Internet-Publikationen ist – zumindest für den Augenblick – vorbei. HTML- und Javascript-Kenntnisse werden auf absehbare Zeit nicht mehr vonnöten sein.

Zeiteinsparung und Kostenreduktion

Beide Zielgruppen – Agenturen und In-house-Marketingabteilungen – erzielen mit EVALANCHE V3 signifikante Zeit- und Aufwandseinsparungen bei eMail-Marketingprojekten und -kampagnen.

Kurzfristig bietet dieses Einsparungspotenzial Wettbewerbsvorteile für Agenturen durch eine schnellere Fertigstellung und Auslieferung hochwertiger Ergebnisse. Mittelfristig wird dies auch zu einem deutlich verbesserten Kundenservice führen.

In-house-Marketingabteilungen werden durch dieses Einsparungspotenzial mit geringeren Budgetkosten kalkulieren können und ihre Abhängigkeit von IT-Spezialisten verringern.

EVALANCHE V3 setzt neue Standards, die das eMail-Marketing von Agenturen und In-house-Marketingabteilungen stark verändern werden.

Erhöhte Aufmerksamkeit durch individualisierte Inhalte

Eine professionelle Nutzung von eMail-Marketing ist das beste Gegenmittel bei sinkenden Klickraten.

Dauerhaft sinkende Klickraten sind ein sicheres Indiz für verstärkten Wettbewerb. Obwohl die Anzahl versendeter eMails steigt, geht die Wahrnehmung der Empfänger gegen Null. Individualisierter Inhalt ist deshalb ein guter Weg zu erhöhter Aufmerksamkeit.

Empfänger von eMails reagieren je nach Betreff und Inhalt ganz unterschiedlich. Massenmails mit undifferenzierten Inhalten landen ungelesen im Spam-Müll. Auch Personalisierung allein – „Lieber Herr Mustermann“ – reicht nicht, um Kunden-Response zu garantieren. Empfänger erwarten vor allem, dass Inhalte auf ihre persönlichen Vorlieben und Bedürfnisse abgestimmt sind.

Obwohl dies alles bestens bekannt ist, scheinen viele eMail-Marketingspezialisten immer noch nicht danach zu handeln – vielleicht, weil sie mit ungeeigneten Tools arbeiten. Häufig ist auch die Zielgruppendifinition zu weit gesteckt:

Anstatt die Zielgruppe schärfer einzugrenzen, macht man sich mit undifferenzierten Informationen unbeliebt bei Empfängern, die man eigentlich überzeugen könnte.

Zielgruppenspezifische Individualisierung mit EVALANCHE V3

Ziel muss deshalb sein, die Information für Empfänger möglichst attraktiv zu gestalten. Hierzu muss der eMail-Marketingspezialist zwei Dinge beachten: zum einen die exakte Zielgruppendifinition, zum anderen die präzise Anpassung der Inhalte auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe.

Und genau hier liegen die Stärken von EVALANCHE V3: Durch Strukturierung und Profilierung von Adresslisten wird eine klare Zielgruppendifinition ermöglicht. Je nach persönlichen Präferenzen der Empfänger werden Untergruppen gebildet – einfach per Mausklick über Pull-down-Menüs. Dabei sind auch komplexere Selektionen möglich – z. B. mit Kombination von logischen Operationen UND, ODER, NICHT, inklusive Klammeroperationen. Einmal selektiert, lassen sich Untergruppen für zukünftige Wiederverwendung unter einem speziellen Namen sichern.

Ein wesentlicher Vorteil von EVALANCHE V3 ist, dass man jedem Textteil eines modularen Newsletters eine spezielle Zielgruppe zuordnen kann. Damit lassen sich die Inhalte eines Newsletters auf einfache Weise individualisieren. Das erhöht die Aufmerksamkeit eines Empfängers, der exklusiv nur über seine Spezialthemen informiert wird.

Für eMail-Marketingprofis bietet EVALANCHE V3 eine lang geforderte Flexibilität. Jeder Newsletter lässt sich inhaltlich einfach strukturieren, dadurch können gleichzeitig verschiedene Aspekte einer Kampagne berücksichtigt werden. Einzelne Inhalte, die mit dem Attribut „generell“ gekennzeichnet sind, gehen an alle Empfänger. Andere Teile sind mit speziellen Attributen versehen, die selektiv nur an bestimmte Empfängergruppen versendet werden, z. B. mit folgender Differenzierung:

- Verkaufs-Promotion, Cross-selling oder Up-selling
- Event-Promotion
- Übermittlung von PR-Mitteilungen
- Erläuterung von technischem Nutzen für Experten
- Erläuterung von wirtschaftlichem Nutzen für Manager etc.

Diese Differenzierungsmöglichkeit bietet Anreize, Texte zu schreiben, die auf spezielle Bedürfnisse und Interessen einzelner Empfängergruppen fokussiert sind. Derart optimierte Texte erhöhen die Chancen auf verbesserte Antwortraten.

Maßgeschneiderte Inhalte sind ein wünschenswertes Ziel. Dabei ist jedoch der Kostenfaktor für die Erstellung der einzelnen Textbausteine nicht zu vernachlässigen. Mit jedem Textteil, der separat zu schreiben ist, steigt auch der Aufwand.

EVALANCHE V3 – der Kommunikationsexperte

EVALANCHE V3 ist eine webbasierte ASP-Plattform für Marketing-Kommunikationsspezialisten. Das Neue daran sind die innovativen Arbeitsabläufe und Verfahren. Damit lassen sich Zeit, Aufwand und Kosten für Newsletterkampagnen deutlich reduzieren.

SC-Networks hat vor der Entwicklung von EVALANCHE V3 sorgfältig analysiert, dass zur Produktion eines erstklassigen Newsletters in der Regel zwei Erfahrungsprofile erforderlich sind – Marketing-kommunikation und Internetdesign. Nur wenige Personen verfügen tatsächlich über beide Profile. Deshalb wurden Newsletter bisher mehrheitlich in zwei Schritten produziert: Zunächst erstellte ein Redakteur die Inhalte, bevor in einem zweiten Schritt ein Internetdesigner den Inhalt als HTML-eMails, Webseiten, PDFs etc. generierte.

EVALANCHE V3 vereinfacht diese traditionellen Produktionsabläufe, indem es eine Reihe von Arbeitsabläufen komplett durch automatisierte Prozesse ersetzt. Die verbleibenden manuellen Arbeiten erfordern keinerlei Kenntnisse von HTML, Javascript oder anderen Entwicklungs-Tools. Dadurch wird wertvolle Arbeitskraft für andere Aufgaben frei. Wie das geht, verdeutlicht der folgende Überblick zur Arbeitsweise mit EVALANCHE V3:

- Sämtliche technische Details für Publikationen sind in Templates spezifiziert. Unterstützt werden verschiedene Typen von Templates für eMail, Web-Ansichten, Print (PDF) und RSS-Feed. Diese Templates lassen sich über die Benutzeroberfläche mit Inhalten „füttern“, ohne HTML oder Javascript verwenden zu müssen.

- Newsletter werden nach dem Baukastenprinzip aus einem Satz von Komponenten zusammengefügt, z. B. aus Kurztext (als „Teaser“ für die eMail-Version), Langtext, Link vom „Teaser“ zum Langtext, Grafik, weitere Links etc. Für die Texterstellung gibt es verschiedene Wege:

Editieren direkt am Bildschirm, Einfügen mit „Cut and Paste“ oder Herunterladen als Datei. Zum Editieren bietet EVALANCHE V3 alle gängigen Formatierungsfunktionen.

- Die einzelnen Komponenten eines Newsletters werden in einem Content Management System (CMS) verwaltet. Von dort lassen sie sich für verschiedene Ausgaben eines Newsletters oder für unterschiedliche Kommunikationsformen nutzen: für Newsletterversand, als Einzelnachricht per eMail, für eine Verkaufs-Promotion, für das Online-Archiv einer Webseite mit Fallstudien oder Pressenotizen etc.
- Zur Erstellung einer Newsletterversion wählt der Redakteur ein geeignetes Template aus und entscheidet, welche Komponenten aus dem CMS er nutzen möchte. So weit, so gut. Doch EVALANCHE V3 geht noch einen Schritt weiter: Sobald der Newsletter fertig gestellt und gesichert ist, werden daraus vollautomatisch und dynamisch Versionen in den folgenden vier Formaten generiert:
 - Multipart-eMail (HTML und Text)
 - Webseite (Landingpages, Newsletter-Webversion und dynamische News-Seite)
 - optimierte Druckversion (PDF)
 - RSS-Feed
- Alle Links zwischen dem Newsletter (eMail- sowie Web-Version) und der Webseite werden vollautomatisch geprüft und für das Tracking aufbereitet.

Visuelle Darstellung

EVALANCHE V3 bietet für den Einsatz von Grafiken beim eMail-Marketing einfach zu bedienende, automatisierte Funktionen.

Sie ersetzen den aktuellen manuellen Prozess zur Skalierung und Größenanpassung von Grafiken komplett – mit erheblicher Zeit- und Aufwandsersparnis.

Im Newsletter integrierte Grafiken werden mit EVALANCHE V3 einmalig ins CMS geladen und automatisch ins passende Format für das Newsletter-Template konvertiert. Zusätzlich wird die Auflösung (Dateigröße) passend zum jeweiligen Übertragungsmedium – eMail, PDF, Web oder RSS – optimiert.

Zeit- und Aufwandsersparnis

Schauen Sie sich einmal das ungefähre Einsparungspotenzial aus folgender Übersicht an und prüfen Sie, was das für Ihre eigene Newsletterproduktion bedeuten könnte:

Eingesparte Personenstunden für die Produktion eines Artikels als:

- | | |
|-----------------------------------|--------------|
| • separate Webseite (Landingpage) | 0,25 Stunden |
| • PDF-optimierte Druckversion | 0,25 Stunden |

Multipliziert mit (angenommen) 6 Artikeln pro Newsletter 3 Stunden

Eingesparte Personenstunden für die Produktion eines kompletten Newsletters als:

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| • Multipart eMail | 2 Stunden |
| • Webseite (Online-Version) | 1 Stunde |
| • PDF-optimierte Druckversion | 1 Stunde |
| • RSS-Feed | 1 Stunde |

Summe für den kompletten Newsletter: 5 Stunden

Gesamtsumme Newsletter und Artikel: (3 + 5) 8 Stunden

Bei einer Produktion von insgesamt 12 Newsletters pro Jahr ergibt sich eine Ersparnis von insgesamt 12 Personentagen im Jahr – das ist Monat für Monat ein kompletter Personentag, der für andere Aktivitäten frei wird.

Zielmärkte

Funktionalität und Design von EVALANCHE V3 sind primär auf Agenturen mit einer Vielzahl von Klienten zugeschnitten. Für jeden Klienten wird ein separater Account eingerichtet. Das System ist per Browser sowohl von Mitarbeitern der Agentur als auch von Mitarbeitern der Klienten nutzbar. Zugriffsrechte, Kampagnen, Projekte und Kundendaten sind systemweit strikt voneinander getrennt. Informationen eines Klienten können nicht von anderen eingesehen und genutzt werden. Agenturen, die bereits Zugriff auf das zentrale EVALANCHE ASP-System haben, können bei Bedarf ohne Zeitverzug unmittelbar von den aktuellen V3-Systemerweiterungen profitieren.

Ein weiterer Zielmarkt sind In-house-Marketingabteilungen größerer Unternehmen. Die Multi-Klientenfähigkeit von EVALANCHE V3 auf der ASP-Plattform ist die ideale Basis für Firmen, die keine strengen Regeln hinsichtlich Standort von IT-Systemen und Speicherort von Kundendaten außerhalb des Unternehmens haben. Für Unternehmen, die ein Outsourcing von IT-Systemen und Kundendaten ausschließen, bietet SC-Networks eine komplette In-house-Lösung mit Integration eines EVALANCHE-Systems auf einem dedizierten Server im Intranet des jeweiligen Unternehmens an.

Zusammenfassung

EVALANCHE V3 ist eine webbasierte ASP-Lösung (Application Service Provider). Das System bietet für Agenturen und deren Klienten eine ausfallgesicherte, zentrale Web- und Datenbankkonfiguration, auf die übers Internet mit handelsüblichem Web-Browser gesichert zugegriffen werden kann. Empfohlen wird die Nutzung von Firefox. Dieser bietet das höchste Maß an Interaktion aufgrund der implementierten Funktionalität.

Die Preise für EVALANCHE V3 basieren auf monatlicher Abrechnung – abhängig von der Menge der versendeten eMails und dem generierten Internet-Traffic – sowie auf einer Rabattstruktur in Abhängigkeit vom Mailvolumen. Für sehr hohe Mailvolumina gibt es eigens ein Flat-Tarif-Modell. Näheres auf Anfrage bei SC-Networks.

Bewertung von EVALANCHE V3

Die Anforderungen an ein theoretisch ideales eMail-Marketingsystem basieren auf folgenden Konzepten:

- Permission Management
- Media- und Profil-Datenbank
- Zielgruppen
- Personalisierung & Individualisierung
- Vorlagen (Templates)
- Businessprozesse
- Closed Feedback-Loop
- Reporting
- Offenheit für Vernetzung mit externen Systemen

EVALANCHE V3 kommt diesem Idealbild eines kompletten eMail-Marketingsystems sehr nahe. Die Kriterien dafür sind in der folgenden Tabelle beschrieben:

EVALANCHE V3 Übersicht

Permission Management		
Single Opt-In	✓	Verfahren unterstützt
Confirmed Opt-In	✓	Verfahren unterstützt
Double Opt-in	✓	Verfahren unterstützt
Datenbank		
Medien-Datenbank		
Grafiken und Dokumente	✓	Upload per Browser
Texte- und Artikelverwaltung	✓	autom. und manuell
Profil-Datenbank		
Daten-Import	✓	autom. und manuell
Standardfelder (Visitenkarte)	✓	vordefiniert
Individuelle Felder	✓	frei erweiterbar
Mehrfach-Optionen für individuelle Felder	✓	rei erweiterbar
Daten-Export als CSV und Excel	✓	autom. und manuell

Zielgruppen		
Zielgruppenkonfiguration mit Standard- und Individual-Feldern	✓	unlimitiert
Individuelle Felder der Profile	✓	kundenspezifisch
Dynamische Zielgruppen (Verhalten und Klicks)	✓	kundenspezifisch *
Personalisierung		
der Anrede	✓	
mit Standardfeldern (Visitenkarte)	✓	
mit Individual-Feldern des Profils	✓	
Individualisierung		
Individuelle Inhalte nach:		
Zielgruppe	✓	über die Oberfläche
Profilinformationen	✓	über Templatesprache TAL
Ereignis	✓	über Templatesprache TAL
Zeit	✓	über Templatesprache TAL
Verhalten	✓	über Templatesprache TAL *
Personalisierung und Individualisierung		
von eMail (Multipart)	✓	vollständig
von Landingpages	✓	vollständig
von PDF	✓	vollständig
von RSS	✓	vollständig
Vorlagen (Templates)		
Individuelle Vorlagen		
für eMail (Multipart)	✓	
für Landingpages	✓	
für PDF	✓	
Freie Bearbeitung von Templates möglich	✓	
Anpassung an Businessprozesse		
Definition eines einzelnen Prozessablaufs	(✓)	Beta Phase
Entscheidungen und Verzweigungen	(✓)	Beta Phase
Multiple Prozessabläufe	(✓)	Beta Phase
Multiple parallele Prozessabläufe	(✓)	Beta Phase
Closed Feedback-Loop		
Automatisches Tracking		
in eMails	✓	
in Landingpages	✓	
in PDF	✓	

Post-Click-Tracking	✓
Behavior Targeting	✓

Reporting

Auswertungsverfahren		
statistisch (anonym)	✓	
personenbezogen (Behavior Targeting)	✓	*
Reportingformate (als Standard)		
als Grafik	✓	
in Tabellenform	✓	
Übermittlung von Reports per eMail		
sofort	✓	
einmal nach benutzerdefinierter Zeit	✓	
x-mal mit benutzerdefinierter Frequenz	✓	

Offenheit zu externen Systemen

Integration von CRM-Systemen gemäß Kundenvorgabe	✓
SAP	✓
Siebel	✓
Pivotal	✓
MS Dynamics	✓
andere	✓

Anmerkung: Ein Stern (*) zeigt an, dass diese Funktionalität nur dann genutzt werden darf, wenn der Kunde seine entsprechende Zustimmung (Data Privacy Statement) dazu gegeben hat.

Der Autor

Andrew Sanderson ist unabhängiger Consultant für eMail-Marketing mit Sitz in Heidelberg. Er war unter anderem für folgende Unternehmen tätig: Deutsche Investment Trust (Deutschland), Dun & Bradstreet (Deutschland), Pivotal Corporation (Großbritannien), Field Fisher Waterhouse (Großbritannien).

Als Direktor für Global eMarketing war Andrew Sanderson bei SAP für die Planung und Durchführung von eMarketing-Projekten für 85 Marketinggruppen in 37 Ländern verantwortlich. Zwischen 2000 und 2005 erzielte das eMarketing-Team eine Steigerung der eMail-Projekte um den Faktor 4 bei gleichzeitiger Produktivitätsverbesserung der eMarketing-Manager bei Kampagnen um den Faktor 2.

Mit der Analyse von über 2.800 Projekten hat sich Andrew Sanderson eine umfassende Basis zur Beurteilung der Effizienz von eMail-Marketing-Technologien geschaffen. Über seine Ergebnisse berichtete er auf einer Reihe internationaler Konferenzen. Bereits zweimal wurde er für die „Best Paper Presentation“ auf der jährlichen „Europe Direct“-Konferenz der Software- und Telekommunikationsindustrie ausgezeichnet.

Weitere Informationen über den Autor finden Sie auf www.ansaco.com

Ansaco

**Rohrbacherstrasse 49
69115 Heidelberg**

**Tel: +49 (0) 6221 6568 475
Fax: +49 (0) 1212 5436 875 60
Mobil: +49 (0) 170 2421 487**