



# Kundenerlebnisse verbessern durch die Personalisierung von Content in allen Kanälen

comspace GmbH & Co. KG  
26. Februar 2018



# Marketing Technology Landscape

August 2011



External Promotion Customer Experience Marketing Management

by Scott Brinker @chiefmartec <http://www.chiefmartec.com>









Jeder Kunde hat seine eigene digitale Plattform.

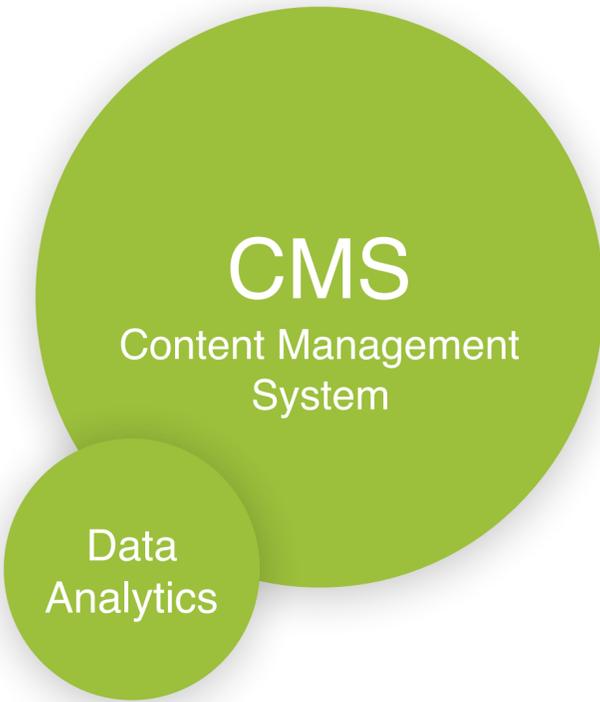
# Typische Komponenten



**PIM**  
Product Information  
Management



**CRM**  
Customer Relationship  
Management



**CMS**  
Content Management  
System

Data  
Analytics



**ERP**  
Enterprise Resource  
Planning



**DAM**  
Digital Asset Management

A close-up photograph of a giraffe's head, showing its characteristic brown and white spotted pattern. The giraffe is looking slightly to the left. A large, dark, semi-transparent circular overlay is centered over the giraffe's face. Inside this circle, the German word "Personalisierung" is written in a clean, white, sans-serif font.

Personalisierung

# Definition

## Personalisierung (Informationstechnik)

**Personalisierung** bezeichnet in der Informationstechnik die nominelle Zuordnung von Merkmalen zu einer nutzenden Person und die Anpassung von Programmen, Diensten oder Informationen an die persönlichen Vorlieben, Bedürfnisse und Fähigkeiten eines Benutzers.

-----

Personalisierung soll die Relevanz der Inhalte erhöhen.

Dazu nutzen wir Daten über die betreffende Person.



# Datenherkunft

## Explizite Daten (wir fragen die Person)

- Name
- Anschrift
- Geschlecht
- Alter
- Interessen / Hobbys
- ....

## Implizite Daten (wir beobachten das Verhalten)

- Budget (Ableitung aus z.B. Wohnort)
- Klick-Verhalten (Alter / Geschlecht)
- Bestellhistorie / Reklamationen
- Zeit / Datum / Jahreszeit
- Bewertungen / Rezensionen
- Endgerät / Plattform
- Aufenthaltsort
- ...



# Datenverwendung

Die gesammelten Daten werden nun verwendet, um den passenden Content auszuwählen.

## Wichtig ist dabei:

- eine genaue Beschreibung (Metadaten)
- eine hohe Content-Qualität
- eine genügend große Menge an Content
- eine kontinuierliche Pflege des Content

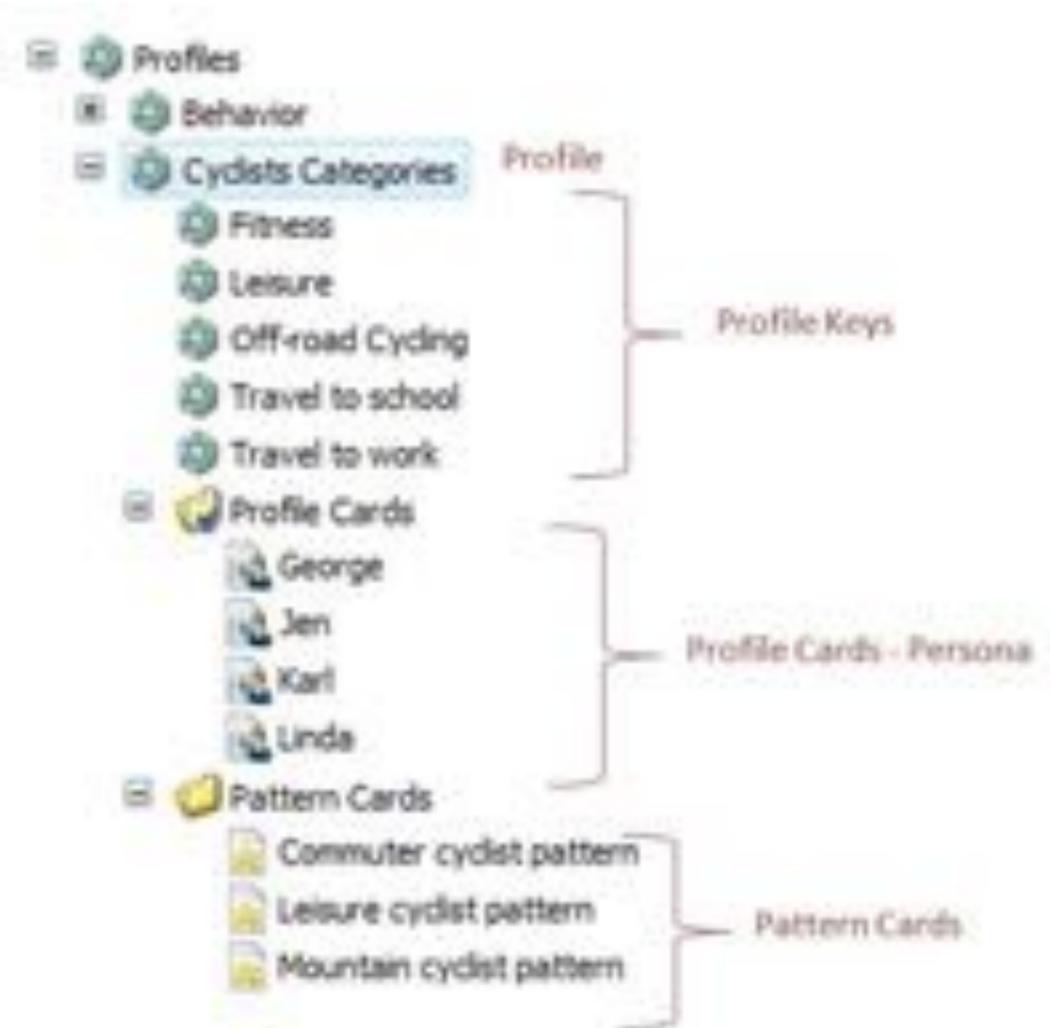


(Technische)  
Umsetzung im CMS

# Datenbasis für Personas

- **Wo können Daten gesammelt werden?**
  - CMS-Inhalte
  - ExM (Email Experience Manager)
  - FxM (Federated Experience Manager)
    - Extern über Tracking-Code
- **Welche Daten werden gesammelt**
  - Engagement
  - Goals
  - Profildaten (Profile Keys)

# Profile



- Profile Keys
  - Einzelne Attribute
- Profile Card
  - Definition der Persona über gewichtete Attribute
- Pattern Card
  - Sammlung gewichteter Attribute
  - Nützlich bei der Spezifikation von Inhalten und deren Gewichtung

Home | Navigate | Review | Analyze | Publish | Versions | Configure | Presentation | Security | View | My Toolbar

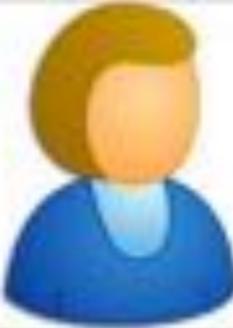
Save | Edit | Insert from Template (1 of 1) | Duplicate | Copy To | Move To | Delete | Rename | Display Name | Up | First | Down | Last

Search

- Marketing Center
  - Goals
  - Campaigns
  - Engagement Plans
  - Personalization
  - Profiles
    - Focus
    - Function
    - Job Function
      - Analytics
      - Copywriting
      - Personalization and Testing
      - Technology
      - Workflow and Publishing
    - Profile Cards
      - Connie the Content Manager
      - Devon the Developer
      - Ivan the IT Pro
      - Mark the Marketer
    - Pattern Cards
      - Looks Like Connie the Content Manager
      - Looks Like Devon the Developer
      - Looks Like Ivan the IT Pro
      - Looks Like Mark the Marketer
  - Persona
  - Score
  - Test Lab

Content

/Images/People/General Images/Woman in Blue



Dimensions: 128 x 128  
Default Alternate Text: "user"

Family [unversioned]:

Profile Card Value [shared]:

Analytics:	1
Copywriting:	5
Personalization and Testing:	3
Technology:	0
Workflow and Publishing:	1



# Bildung von Personas

- Benutzer oder Sessions werden Personas zugeordnet
- Personas werden dann als ein Aspekt der Personalisierung genutzt

# Personalisierung

- Inhalte werden in verschiedenen Varianten erstellt
- Regeln definieren, welcher Inhalt angezeigt wird bei:
  - Erreichung eines Goals
  - Bestimmte Geo-Location
  - Bestimmte Tageszeit / Datum / Jahreszeit
  - Werte bei Profile Keys
  - Zuordnung zu einer Persona
  - Eigene Definition (Wert aus angebundenem CRM, ERP, ...)

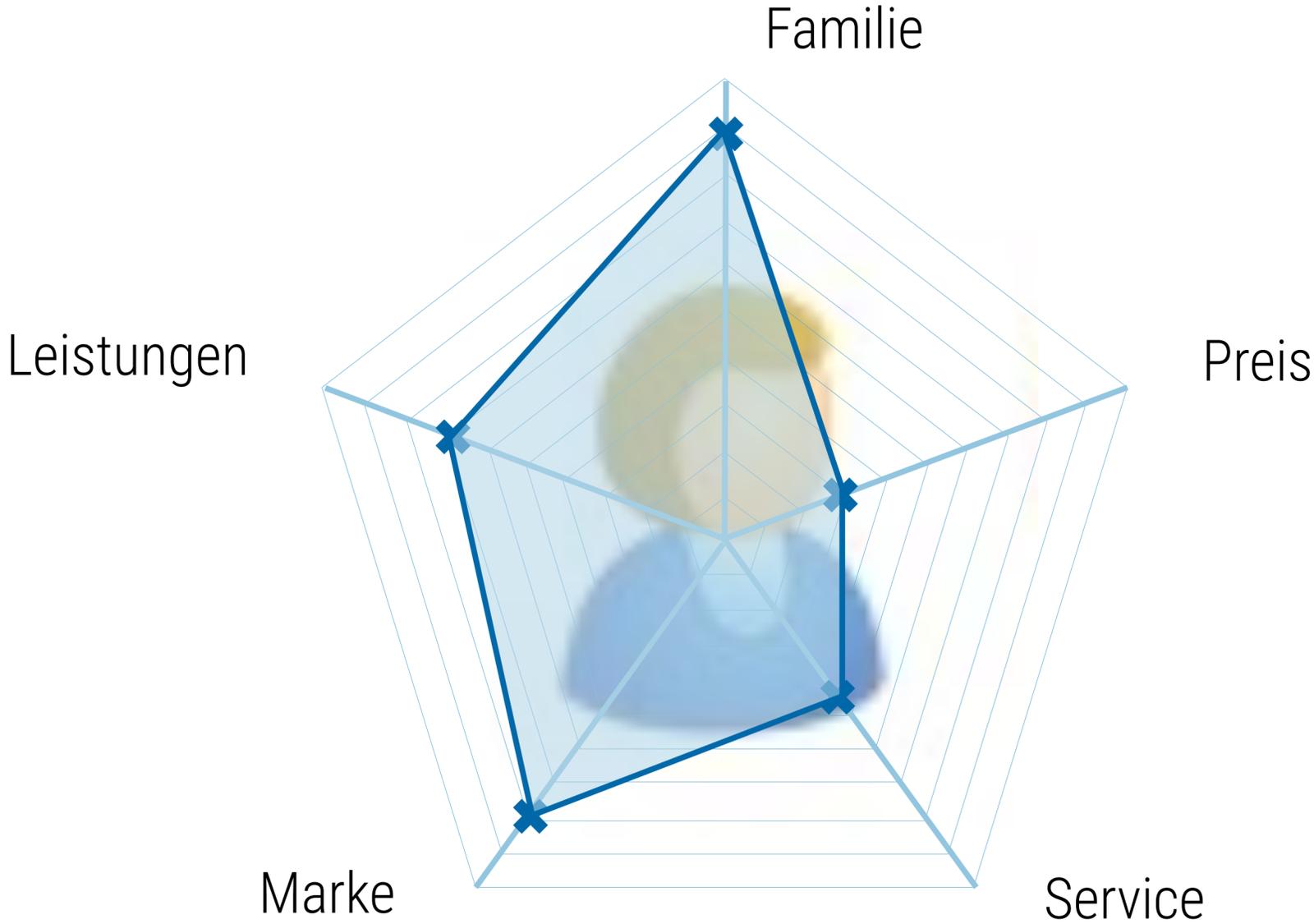
# Beispiel Profile keys

- Familie
- Leistungen
- Preis
- Marke
- Service

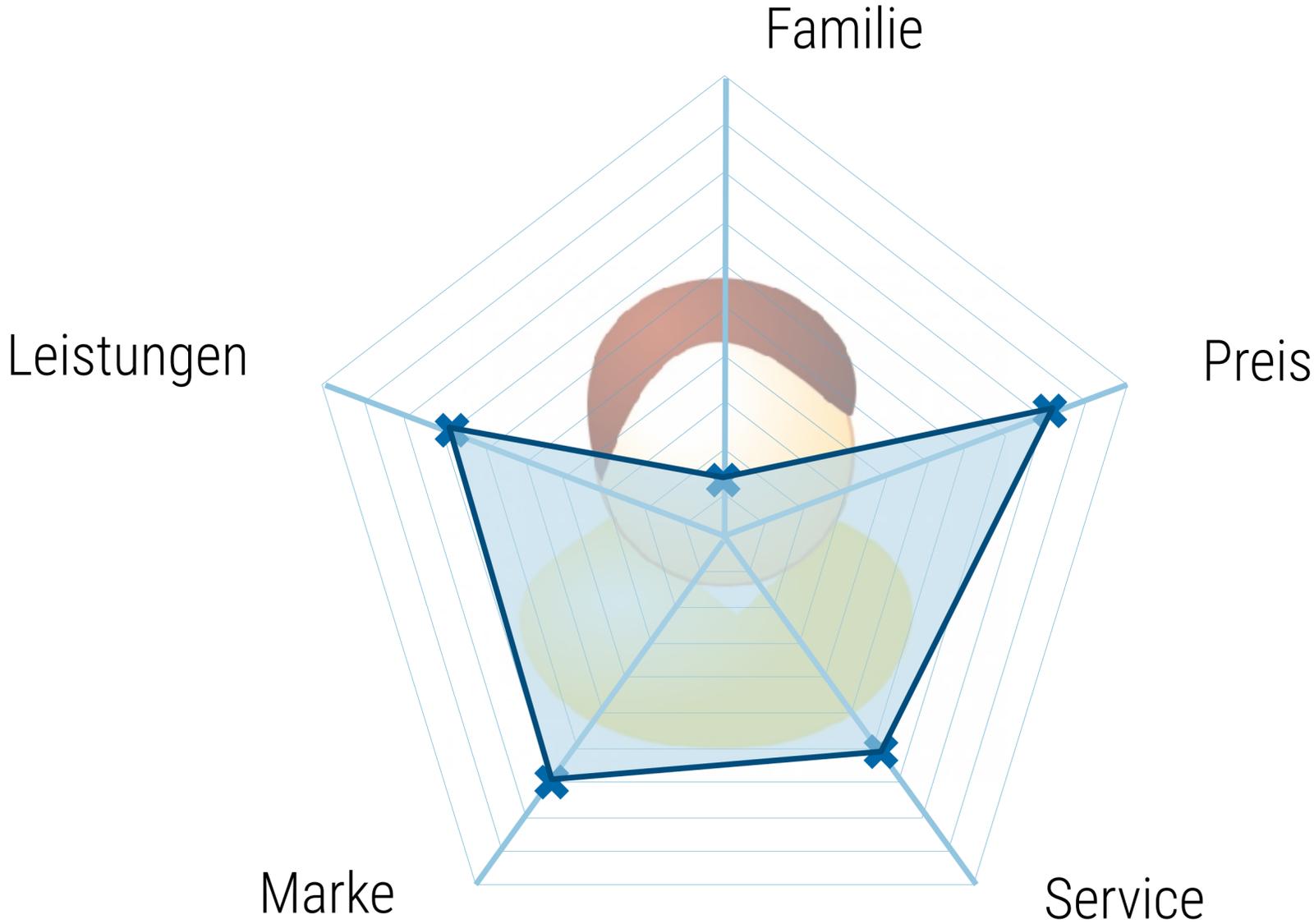
# Beispielhafte Pattern Cards

Profile Key	Pattern Card A	Pattern Card B	Pattern Card C	...
Familie	30	0	2	...
Leistungen	10	0	5	...
Preis	0	3	30	...
Marke	0	5	30	...
Service	5	10	5	...

# Profile Card A



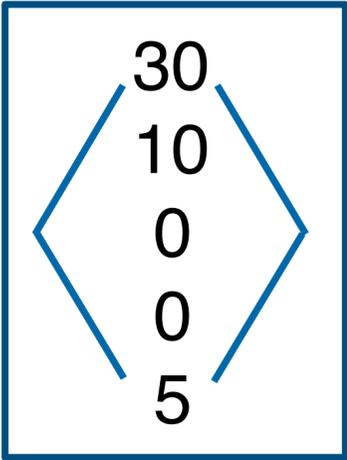
# Profile Card B



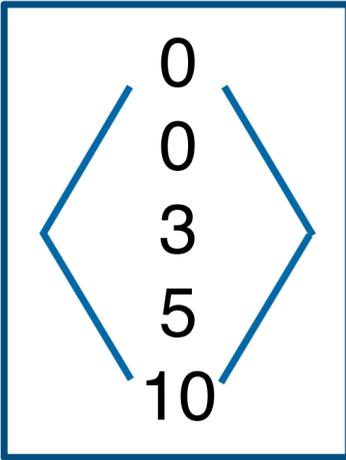
# Aufbau einer Session

Familie	20
Leistungen	0
Preis	0
Marke	10
Service	0

1. Klick



2. Klick  
Pattern Card A



3. Klick  
Pattern Card B

8
21
0
10
4

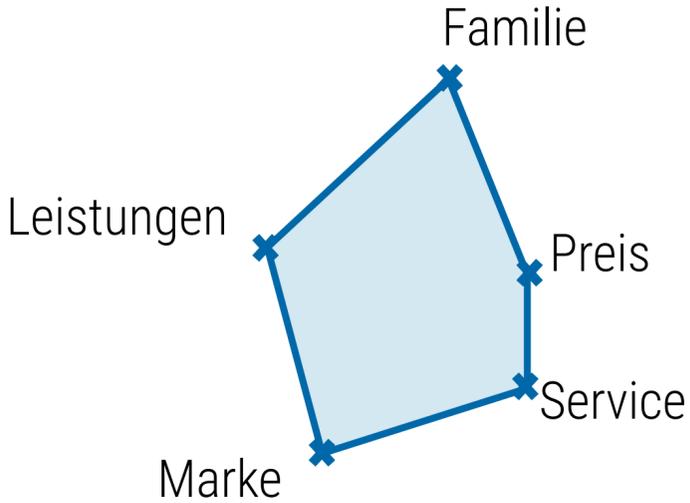
4. Klick

20
15
8
26
5

5. Klick

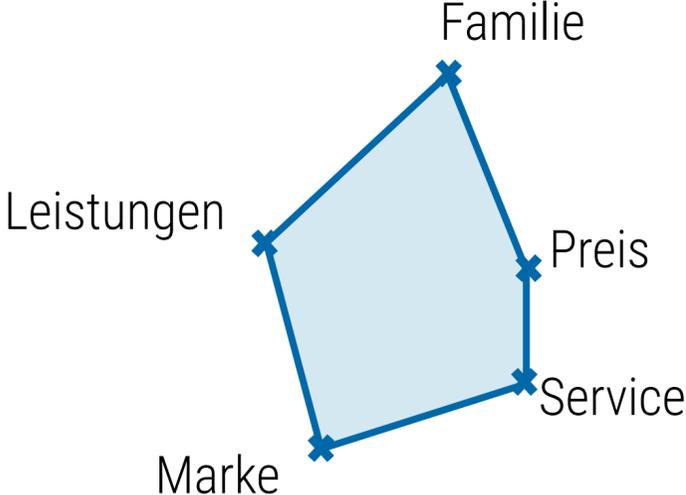
Familie	78
Leistungen	46
Preis	11
Marke	51
Service	24

Session

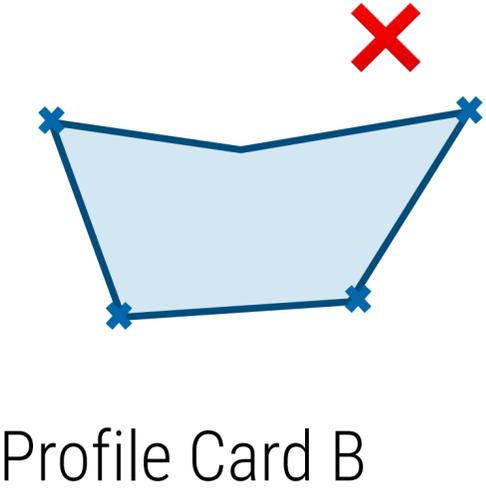
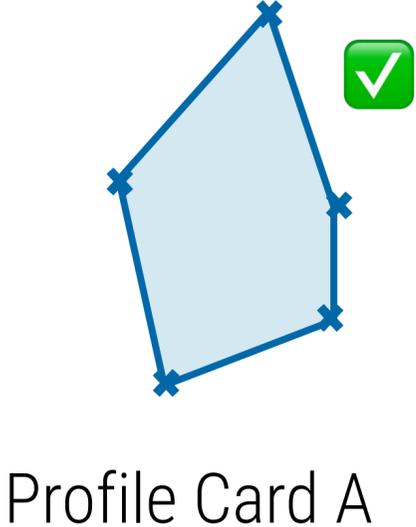


Session Profile

# Auswertung der Session



sieht aus wie



A blurred background image of an office with people working at computers. A large, semi-transparent dark grey circle is centered over the image, containing the text 'Marketing Automation'. The background shows computer monitors with various web pages, including one with a green button that says 'STILL ANFRAGEN' and another with the text '.comspace'.

# Marketing Automation

# Marketing Automation

## Goals

Der Benutzer erreicht ein bestimmtes definiertes Ziel

## Engagement Points

Indikator, wie stark ein Benutzer involviert ist

## Engagement Plans

Definierte Abläufe, die helfen, den Benutzer zu steuern

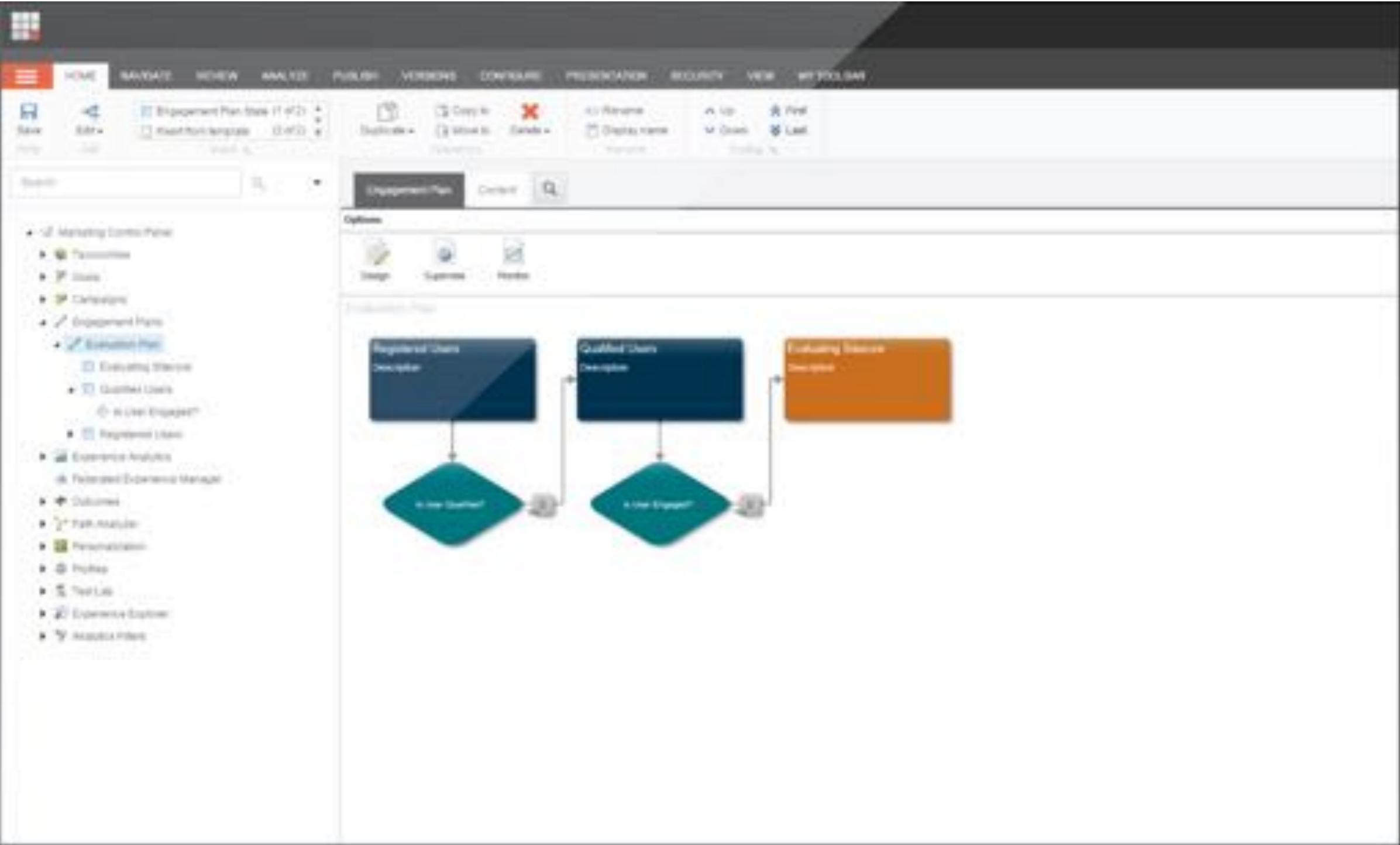


# Engagement Plan

- Eine Aktion wird als Startpunkt des Engagement Plans definiert
  - Benutzer die diese Aktion ausführen werden dem Plan hinzugefügt und sind im definierten Startzustand
- Verschiedene Status werden definiert und über Entscheidungen wird ein Wechsel von einem Status in einen anderen definiert
  - Automatisiert oder durch definierte Aktionen des Benutzer erfolgt der Wechsel von einem Status in den nächsten

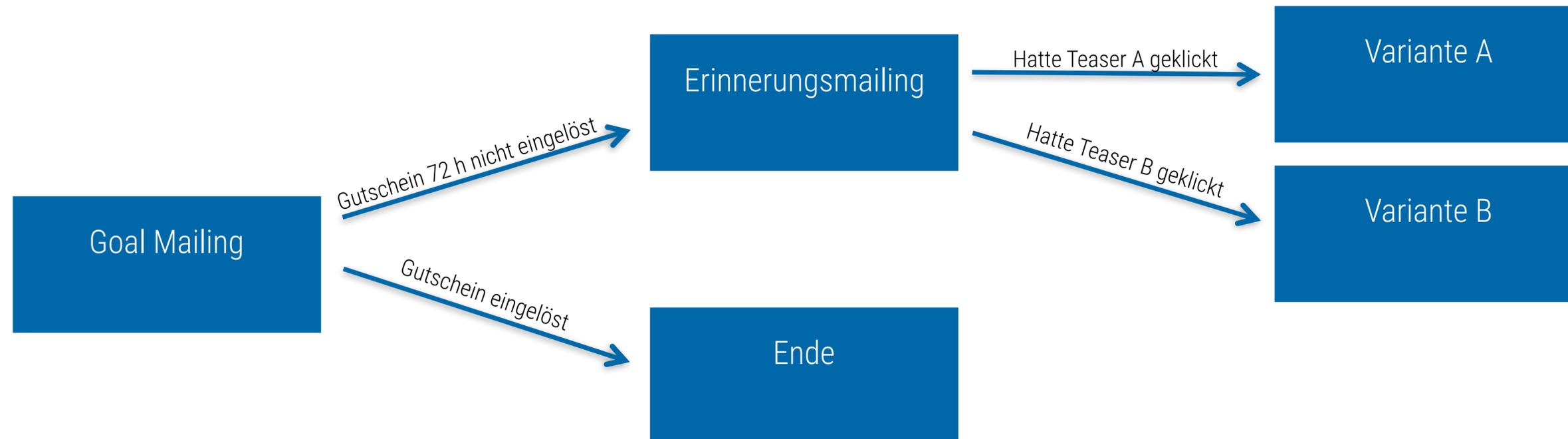


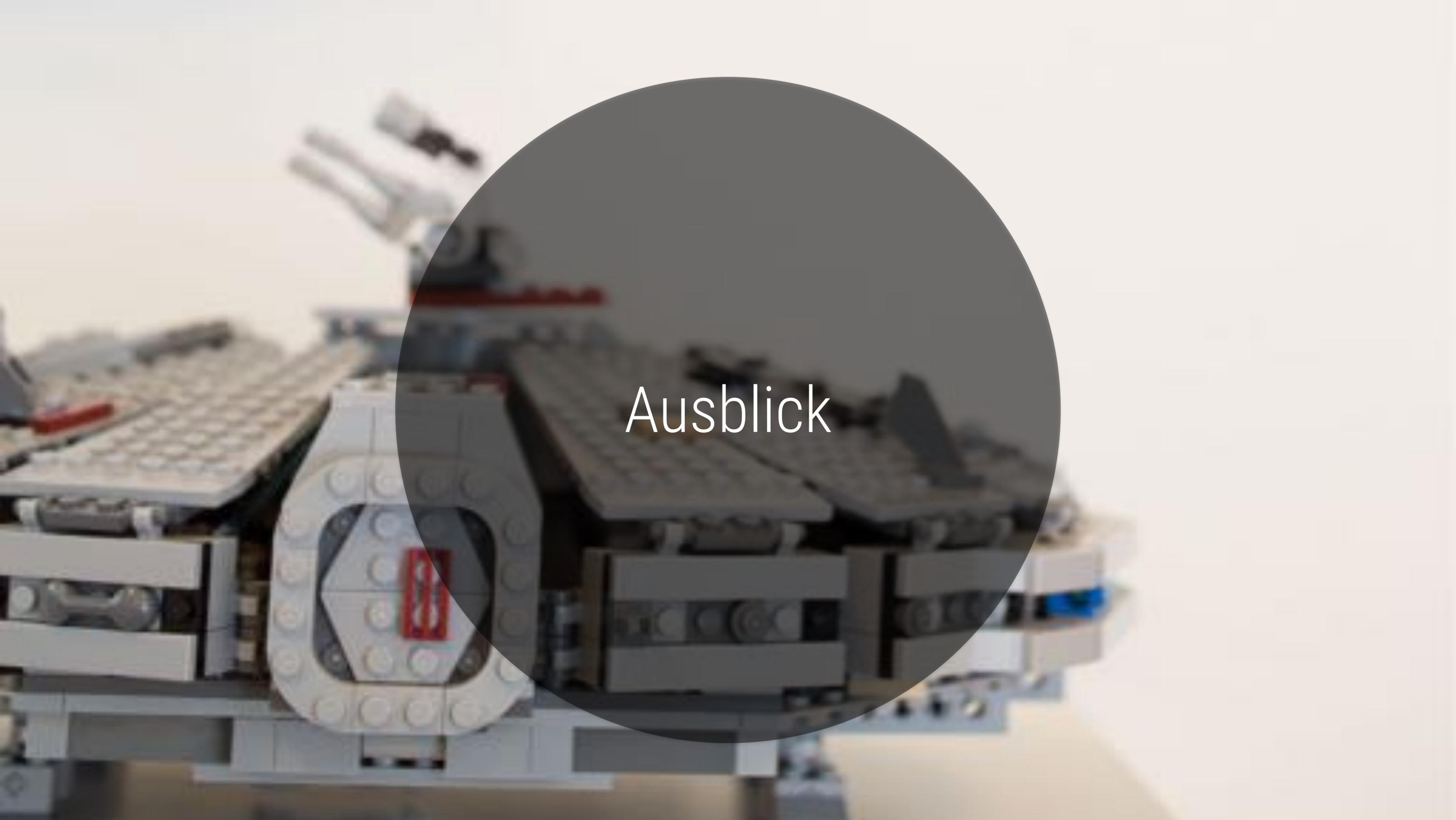
# Beispiel: Engagement Plan



# Beispiel: Engagement Plan

- Der Benutzer öffnet ein Mailing bzgl. einer Gutscheinaktion
  - Unterscheidung nach zwei Teasern (A und B)
- Der Benutzer löst den Gutschein nicht innerhalb von 72 Stunden ein
- Erneutes Mailing an den Benutzer mit auf den geklickten Teaser abgestimmtem Mailing



A close-up photograph of a complex LEGO Technic model, likely a vehicle or machine. The model is constructed from various grey and white Technic bricks and beams. A prominent feature is a large, circular grey component with a red rectangular detail in the center. The background is a plain, light-colored surface. A large, semi-transparent dark grey circle is overlaid on the center of the image, containing the word "Ausblick" in white text.

Ausblick

# Ausblick

## Weitere Themen:

- Tiefe KI (Künstliche Intelligenz)
- Datenschutz (EU-DSGVO)
- Ethik / Sinnhaftigkeit



A close-up photograph of a grey and white LEGO Technic model, possibly a mechanical part of a vehicle or machine, with various gears and connectors visible. The model is set against a light background.

## Ihr Ansprechpartner

Marcus Knittel

Standortleiter Bremen & Account Manager

[marcus.knittel@comspace.de](mailto:marcus.knittel@comspace.de)

A blurred photograph of an office interior, showing a person in a dark suit standing in a brightly lit area. The background is out of focus, showing office furniture and lights.

## Herzlichen Dank!

comspace GmbH & Co. KG

Elsa-Brändström-Str. 2-4

33602 Bielefeld

[blog.comspace.de](http://blog.comspace.de)

[www.comspace.de](http://www.comspace.de)