



## MARKETING AUTOMATION

### AUTOMATISIERUNGS-LÖSUNGEN WOMIT MAN SICH DURCHAUS BESCHÄFTIGEN SOLLTE

Man mag es kaum mehr hören, dieses eine Wort, das vor Jahren (und bei einigen auch heute noch) so viel Angst und Schrecken verbreitet hat: Digitalisierung. Aber heute ist Digitalisierung überhaupt kein relevantes und entscheidendes Thema mehr! Denn schließlich leben wir bereits unbestreitbar im digitalen Zeitalter.

Text: XMPie

**S**o lässt sich die nicht mehr allzu kühne Behauptung aufstellen, dass, wer heute keine Konzepte für digitale Angebote hat, ungefähr eine ähnliche Position einnimmt wie ein Weber, der sich zum Ende des 19. Jahrhunderts einen neuen Spinnstuhl bestellte.

Die Pandemie als Brandbeschleuniger hat auch dazu geführt, dass

viele Unternehmen den Ernst der Lage verstanden haben und Digitalisierung nicht mehr per se scheuen wie der Teufel das Weihwasser. So gibt laut *BitKom* kein einziges Unternehmen mehr an, in Fragen der Digitalisierung den Anschluss verpasst zu haben. 34% sehen sich sogar als Vorreiter in Sachen Digitalisierung in ihrer Branche.

Besonders im Bereich Entwicklung neuer digitaler Geschäfts-

modelle und Marketingprozesse werden die Unternehmen weiter investieren und den eingeschlagenen Kurs weiter konsequent verfolgen.

Nun ist Digitalisierung nicht nur die Elektrifizierung bestehender Prozesse. Das Telefon durch einen Webshop oder den Verkäufer durch einen Chatbot zu ersetzen, ist nicht mit strategischer und konsequenter Digitalisierung

gleichzusetzen. Ein schlechter Prozess digitalisiert bleibt ein schlechter – aber nun als digitaler Prozess.

#### **Digitaldruck wurde eine tragende Säule**

Der Erfolg eines digitalen Geschäftsmodells oder Marketingprozesses hängt also nicht nur von seiner Digitalisierbarkeit,



Ausschneiden und aufhängen!

sondern vor allem durch seine Möglichkeit zur Skalierbarkeit, der Replikation, dem betriebswirtschaftlichen und vertrieblichen Nutzen und der Automatisierbarkeit ab.

Ein gutes Beispiel ist hier der Digitaldruck. Geschaffen, um gewisse Kommunikationsprozesse zu verbessern, hat dieser sich zu einer der tragenden Säulen der Druckindustrie entwickelt und bietet heute Lösungen aus allen Bereichen vom Akzidenz- bis zum Verpackungsdruck. Dabei ist der Erfolg dieser Technologie nicht nur dem Trend zu kleinen Auflagen allein zu verdanken, sondern der Anwendung und der Marktlogik, der einer solchen Technik vorausgeht. Hätte sich der Bedarf an kleineren und bedarfsorientierten Auflagen sowie personalisierten und qualitativ hochwertigen Druckprodukten nicht so stark entwickelt, dann wäre der Digitaldruck sicher nie aus der Nische herausgekommen.

Es ist allein mutigen Unternehmen zu verdanken, dass sich eben diese Technologie so stark verbreiten konnte und für viele Marketingprofis nicht mehr wegzudenken ist.

#### Noch Luft nach oben

Dennoch ist in der Druckindustrie noch weiter Luft nach oben. So sind zwar viele druckbezogene Prozesse mit smarten Workflow-Systemen ausgestattet. Auf der Angebotsseite stehen dem aber oftmals traditionelle und weniger gefragte Angebote entgegen. Doch es gibt Möglichkeiten für grafische Betriebe, sich hier neu zu erfinden und Chancen zu echten Umsätzen reifen zu lassen. Denn der Bedarf an Angeboten zur Automatisierung von Marketingprozessen und der Neupositionierung bestehender Lösungen ist enorm. Schließlich lassen sich so plan- und messbar neue Kunden gewinnen, bestehende

Kunden besser binden, zufriedener stellen und interne Abläufe effizienter und effektiver gestalten.

Also zusammengefasst, weil so aus einem stotternden Motor wieder ein ordentlich geschmierter Renner wird. Das ist exakt das, was viele Kunden heute von einem modernen Druck- und Mediendienstleister erwarten und was landläufig heutzutage auch unter Customer Experience verstanden wird.

Welche Angebote lassen sich gerade in der Druck- und Medienindustrie gut von der Theorie in die Praxis umsetzen?

#### In die Customer Journey einklinken

Im Fokus stehen hier Technologien, die gut zur Medienbranche passen und durch Technologie das Angebotspektrum dramatisch erweitern und verbessern. Ganz vorne sind hier die Marketingautomatisierung und Systeme zur Erstellung von personalisierten und hochintegrativen Customer Journeys zu nennen. Stellen Sie sich vor, dass Sie aktiv Ihren Kunden eine Möglichkeit zur mehrstufigen und automatisierten Customer Journey anbieten können, selbstverständlich personalisiert und integriert in digitale Medien wie E-Mail, Web, Mobile oder sogar Video. Die Frage ist hier nicht, wie das alles zur Druckindustrie passt, sondern warum das eigentlich so wenige Druckereien im Portfolio haben!

Darüber hinaus steht die Digitalisierung von Dokumentenprozessen, die vormals nur in Papierform möglich waren, hoch im Kurs. Niemand muss heute mehr Dokumente ausdrucken, sie unterschreiben und dann an irgendeine Firma zurückschicken. Das alles ließe sich digital abbilden und im Rahmen personalisierter und automatisierter Kampagnen darstellen.



**Der Return  
on Advertising  
Spend  
(RoAS\*) bei  
gedruckten  
Mailings  
liegt bei  
1.190 Prozent.**

*CMC Dialogpost-Studie 2021*

\* Der RoAS entspricht einem Faktor von 11,9 auf die Werbekosten zum Umsatz.

**DAS MÜSSEN ANDERE  
ERST EINMAL  
HINBEKOMMEN!**

**DRUCKMARKT**  
PRINT | PAPER | PASSION



Klar, das bedeutet an der ein oder anderen Stelle, dass weniger gedruckt wird. Aber wenn der Nutzen dem positiv gegenüber steht, dann bedeutet das ja auch, dass man gemeinsam mit dem Kunden völlig neue Einkommensquellen erarbeitet hat. Nur weil weniger nicht benötigte Produkte gedruckt werden, heißt das ja nicht, dass an anderer Stelle nicht sogar mehr gedruckt wird.

### Programmatic Printing

Beispiel Programmatic Printing, dass neuerdings Platz im Herzen der Marketing Manager findet. Mittels Schnittstellen wird hier auf bestimmte Marketingdaten zugegriffen und ereignisbasiert eine gedruckte Kampagne gestartet. Das erzeugt beim Endnutzer eine enorme Relevanz und Abschlusschance.

Wer einem Unternehmen eine automatisierte, integrierte und skalierbare Lösung zur Produktion von programmatischen, ereignisbasierten Mailings oder Omnichannel-Kampagnen anbieten kann (und das obendrein zu attraktiven Preisen), steht ganz oben auf der Liste möglicher Empfänger großer Marketingbudgets.

Hier liegt für die grafische Industrie noch ein enormer Nachholbedarf, obwohl die bestehenden Prozesse zur Gestaltung und Durchführung von Marketingkampagnen, Dokumentenprozessen, Personalisierung und Prozessoutsourcing eigentlich alle vorhanden sind.

Umsetzen lässt sich eine solche Strategie leider nicht über Nacht. Es bedarf zum einen geeigneten Personal und Investitionen in die Entwicklung eigener Plattformen oder Lösungen wie zum Beispiel die Customer Experience

### Management Lösung von XMPie

Wer diese Investition nicht scheut, hat die Chance und Tools, die gesteckten Ziele in diesem

Bereich nicht nur konzeptionell, sondern real, wirtschaftlich und produktiv umzusetzen.

Das alles ist nur ein Ausschnitt der Möglichkeiten.

Wie bei allen wirtschaftlichen Umbrüchen gibt es viele unterschiedliche »Geschmacksrichtungen« und Herangehensweisen. Jeder muss den besten Weg und die besten Werkzeuge für sein Unternehmen finden. Wichtig ist: Dranbleiben und umsetzen ist besser als jede perfekte theoretische Strategie, denn: Jeden Morgen erwacht in Afrika eine Gazelle. Sie weiß, dass sie schneller laufen muss als der schnellste Löwe, wenn sie am Leben bleiben will. Jeden Morgen wacht ein Löwe auf. Er weiß, dass er schneller laufen muss als die langsamste Gazelle, wenn er nicht verhungern will.

Egal, ob man ein Löwe ist oder eine Gazelle: Sobald die Sonne aufgeht, muss man laufen!

> [www.xmpie.com](http://www.xmpie.com)

**WISSEN  
WO ES LANG GEHT.**

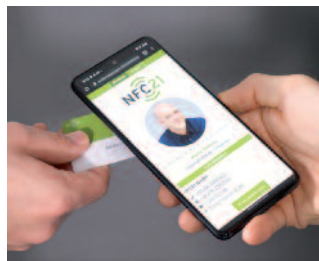
**DRUCKMARKT**  
MACHT ENTSCHEIDER  
ENTSCHEIDUNGSSICHER

## NFC21

# BRÜCKE ZWISCHEN PRINT UND DIGITAL

Die auf NFC-basierte Lösungen spezialisierte *NFC21 GmbH* zeigt auf der *Print & Digital Convention*, welchen realen Nutzen NFC als Medienbrücke zwischen Print und Digital bieten kann.

Die Verbindung von Print und NFC (Near Field Communication) bietet viele Vorteile in der Kommunikation und setzt einen neuen Standard für die Druckbranche: Die NFC-Technologie ermöglicht es auf unterschiedliche Art und Weise, Unternehmen und Produkte digitaler, ressour-



Beispiel: NFC-vCard: Bereits seit zehn Jahren gehört die NFC-vCard zum Sortiment von NFC21. Sie ist mehr als eine digitale Alternative zur klassischen Visitenkarte, denn durch den Scan kann man jederzeit auf umfassende und aktuelle Daten zurückgreifen. Zudem ist sie effizient und es sind der Speicherkapazität sowie dem Design keine Grenzen gesetzt.

censchonender und somit auch nachhaltiger sowie attraktiver zu gestalten – beispielsweise bei Messeauftritten, Inventarisierungen oder Werbe- und Marketingmaßnahmen.

Denn mit NFC lassen sich viele Informationen schnell und einfach abrufen und die Technologie so in vielen Bereichen einsetzen. NFC-basierte Lösungen aus einer Hand sowie das europaweit größte Sortiment an NFC-Produkten im NFC-Tag-Shop – durch diesen ganzheitlichen Unternehmensansatz gehört *NFC21* zu den führenden Anbietern von NFC-Produkten und -Softwarelösungen. Die Kunden kommen aus den unterschiedlichsten Branchen, sowohl B2B als auch B2C.

»Als Medienbrücke zwischen Print und Digital eignet sich NFC hervorragend, um das Produkterlebnis zu steigern und der Kundenschaft einen zusätzlichen Nutzen zu bieten«, sagt **WERNER GAULKE**, Technischer Geschäftsführer von *NFC21*, der in seinem Impulsvortrag am zweiten Veranstaltungs-



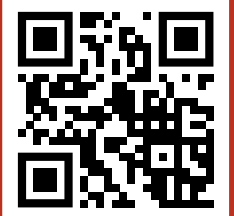
Beispiel: Highlightprojekt »Multifunktionales Badge«: *NFC21* und Medienhaus Gather präsentieren zusammen mit dem Fachverband Medienproduktion (f:mp) das multifunktionale »All-in-One«-Badge, das alle Teilnehmer beim Check-in erhalten werden. Die auf dem integrierten NFC-Chip hinterlegten Daten ergänzen dabei die klassisch gedruckten Informationen zur Messe, die mit einem einfachen Scan abzurufen sind. Auch mit dem WLAN werden sich die Messebesucher am Check-in durch einen einfachen NFC-Scan verbinden können.

tag einen Einblick geben wird, wie sich (Print-)Produkte mit NFC-Erlebnissen aufwerten lassen. »Ich werde mich in meinem Vortrag nicht auf die technischen Eigenschaften fokussieren, sondern anhand von Beispielen versuchen, Möglichkeiten aufzuzeigen, wie sich attraktive Kundenerlebnisse mithilfe der NFC-Technologie schaffen lassen.«

### STAND A21

> [www.nfc21.de](http://www.nfc21.de)

Trennen Sie sich endlich von Ihrem alten **MIS(T)** und arbeiten Sie mit zeitgemäßer Software!



**Alles zu Ihren Chancen und Möglichkeiten!**

Vereinbaren Sie einen Informationstermin mit Frank Siegel: <https://obility.de/kontakt>



**BUSINESS AUTOMATION**

webbasiert | vernetzt | automatisiert

Sie haben es satt, Ihre Mitarbeiter mit komplizierten Abläufen und unnötiger Arbeit zu belasten. Jetzt ist die Zeit für innovative ERP-Software, die Ihr Unternehmen auf die nächste Stufe der Printproduktion befördert. Warten Sie nicht länger und kontaktieren Sie uns!

[www.obility.de](http://www.obility.de) | +49 261 500813-0