



## KUKA ROBOTER AUTOMATISIERT DIGITALEN DIALOG

Das internationale B2B-Umfeld braucht ein E-Mail-Marketing-System, das bedienerfreundlich und mehrsprachig ist. Vor allem muss es einen sehr hohen Automatisierungsgrad haben und sich effektiv und effizient einsetzen und erweitern lassen. Dennoch kann der Aufwand drastisch ansteigen, wenn mit dem System intensiv gearbeitet wird. Das ist beispielsweise bei der Produktion von neuen Kampagnen, Änderungen oder neu ins System integrierten Sprachen der Fall und kostet wertvolle Ressourcen.

### KUKA weltweit führend bei Industrierobotern

Die KUKA Roboter GmbH mit Hauptsitz in Augsburg ist ein Unternehmen der KUKA Aktiengesellschaft und gilt als weltweit führender Anbieter von Industrierobotern. Die Kernkompetenzen liegen in der Entwicklung und Produktion sowie im Vertrieb von Industrierobotern, Steuerungen und Software. Das Unternehmen mit weltweit etwa 2.000 Mitarbeitern ist Marktführer in Deutschland und Europa, weltweit an dritter Stelle. Es ist mit 25 Tochterunternehmen in Europa, Amerika und Asien vertreten.

### DIE AUSGANGSSITUATION

#### Mit E-Mail-Marketing Kundenbeziehungen pflegen

Eine der Hauptaufgaben im E-Mail-Marketing ist die automatisierte Kommunikation zwischen KUKA und seinen Interessenten, um eine Kundenbeziehung aufzubauen, zu stärken oder zu reaktivieren. Bis dato wurde E-Mail-Marketing meist ohne Berücksichtigung einer Interaktion eingesetzt. Die Möglichkeiten zur Lead-Generierung wurden nicht ausgeschöpft.

### DIE ANFORDERUNGEN

#### Eine Lösung für alle Niederlassungen

Eine E-Mail-Marketinglösung, die für alle Niederlassungen geeignet ist, sollte als Software-as-a-Service weltweit in unterschiedlichen Sprachen verfügbar sein. Die Bedienung per Content-Management-System (CMS) und Browser muss benutzerfreundlich sein, um Einarbeitungs- und Schulungsaufwand gering zu halten. Die Mandantenfähigkeit zur differenzierten Abbildung von Tochtergesellschaften muss ebenso gewährleistet sein wie der einfache Austausch von Inhalten innerhalb der Mandanten und zu Übersetzern.

Formulare, Sprachen und E-Mailings sollten zu einem späteren Zeitpunkt erweiterbar sein. Freigaben von Vorlagen und Inhalten muss man zentral managen können. Das

Bestandskundenpflege auch Leadgenerierungsinstrument.



bestehende CRM sollte integriert werden können. Wichtig sind außerdem eine hohe Verfügbarkeit sowie TÜV-zertifizierte Sicherheits- und Qualitätsstandards.

### Neue Kunden gewinnen durch Marketing-Automation

KUKA generiert Newsletter-Abonnenten crossmedial auf unterschiedlichen Plattformen wie Websites, Social Media Pages, Weiterempfehlungen im Newsletter und Offlinemedien. Alle diese Quellen müssen an das E-Mail-Marketing-System angebunden werden. Die Komplexität erhöht sich mit jeder eingesetzten Sprache. Um eine Übersicht über das komplexe Szenario zu erhalten, sollten die Dialogstrecken in einer Flussdiagramm-Ansicht visualisiert werden können. Denn letztendlich ist eine Qualifizierung und Anreicherung der Stammdaten entscheidend für ein erfolgreiches Lead-Nurturing vom Interessenten zum Kunden.

## DIE UMSETZUNG

Eine Anbindung an ein KUKA-eigenes CRM-System gibt es bereits. Um für KUKA auch zukünftig eine hohe Flexibilität zu gewährleisten, bietet die Software idealerweise zertifizierte Schnittstellen an – etwa zu SAP-CRM, so dass eine Anbindung an Fremdsysteme sehr schnell realisiert werden kann.

### Zentrale Vorlagen für alle Sprachen und Kampagnen

Bei der Anpassung der neuen E-Mail-Marketinglösung an die Anforderungen von KUKA ermöglicht die offene Architektur der Software einen einzigartigen Ansatz: Ein Masterobjekt zur zentralen Datenhaltung gewährleistet eine einfache und flexible Verwaltung der Sprachen und Varianten. Somit lassen sich komfortable multivariante und mehrsprachige Vorlagen entwickeln. Das heißt, der Redakteur greift nur auf eine einzige zentrale Vorlage zu und wählt darüber die gewünschte Sprache oder Vorlagenvariation aus.

## DIE VORTEILE

### Geringerer Aufwand für Redakteure und Entwickler

Kommt eine neue Sprache hinzu, müssten mit herkömmlichen Systemen sämtliche Vorlagen kopiert und an die Sprache angepasst und übersetzt werden. Somit vervielfacht sich die Anzahl der Vorlagen mit jeder Sprache und neuen Variante und macht eine einfache Verwaltung nahezu unmöglich. Anders mit dem gewählten Ansatz – hier wird nur ein neues Masterobjekt angelegt und lokalisiert. Der Aufwand ist wesentlich geringer. Die zentrale Datenhaltung in den Masterobjekten gewährleistet unternehmensweit eine einheitliche Kommunikation und reduziert mögliche Fehlerquellen. Die Arbeit von Redakteuren und Entwicklern erleichtert sich deutlich und der Aufwand einer neuen Sprachversion wird erheblich verringert. Internationale Kampagnen können sehr genau aufeinander abgestimmt, geplant sowie zeitnah und einfach durchgeführt werden.

Unternehmen wie KUKA Roboter setzen Evalanche für Leadgenerierungskampagnen ein und informieren ihre internationalen Kunden über Neuigkeiten und Produkte mittels Newsletter.

