

FALLSTUDIE

Marketing Automation für digital banking

Die Kundenanforderungen

Die Banca Mediolanum, eine führende italienische Bankengruppe, wollte die Marketing-Automatisierungslösungen von Oracle in ihre Home- und Mobile-Banking-Kanäle integrieren, um der Marketing-Abteilung der Bank die Möglichkeit zu geben, selbstständig informative und werbliche Inhalte in Form von Widgets in verschiedenen Bereichen des Webportals und der mobilen Apps zu veröffentlichen und so die Benutzerfreundlichkeit zu verbessern.

Die Bank hat sich an Fincons gewandt, da Fincons über die technischen und funktionalen Kompetenzen im Bereich der digitalen Kanäle verfügt. Fincons wurde mit der Umsetzung der Integration der Anwendungskomponenten beauftragt, die für die Verwaltung und Optimierung des Prozesses der Bereitstellung von Marketinginhalten für Kunden im Homebanking-Kanal erforderlich sind.

Die gewählte Lösung

Die Bank hat sich an Fincons gewandt, da Fincons über die technischen und funktionalen Kompetenzen im Bereich der digitalen Kanäle verfügt. Fincons wurde mit der Umsetzung der Integration der Anwendungskomponenten beauftragt, die für die Verwaltung und Optimierung des Prozesses der Bereitstellung von Marketinginhalten für Kunden im Homebanking-Kanal erforderlich sind:

- Eloqua für die Entwicklung und Durchführung strukturierter Marketingaktionen, die auf Kundensegmentierung und Profiling-Logik basieren;
- Maxymiser für die Veröffentlichung von maßgeschneiderten Informationen und Werbeinhalten in Widgets auf den Internet-Banking-Portalen der Bank;
- Infinity für die genaue Beobachtung des Kundenverhaltens in Bezug auf die durchgeführten kommerziellen Aktionen, die bei der Ausarbeitung künftiger Kampagnen berücksichtigt werden können.

Die Umsetzung führte zur Schaffung eines dynamischen Bereiches innerhalb des Homebanking Portals, welchen die Marketing-Abteilung mit absoluter Flexibilität verwalten kann, um Echtzeit-Botschaften an ihren Kundenstamm zu übermitteln. Letztere profitieren ebenfalls, da die Inhalte besser auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Die Lösung ermöglicht auch die gleichzeitige Durchführung mehrerer Werbekampagnen die sich an unterschiedliche Kundensegmente richten.

Die erzielten Vorteile

Die nachgewiesene Erfahrung und Expertise von Fincons in der Systemintegration ermöglichte den erfolgreichen Abschluss des Projekts, das der Bank ein modernes, vollständiges und leistungsstarkes Marketing-Automatisierungstool zur Verfügung stellte.

Die Initiative hat zu einer erheblichen Verbesserung des Prozesses der Kampagnenbereitstellung auf digitalen Kanälen geführt und dem Marketing alle Werkzeuge an die Hand gegeben, die es braucht, um eigenständig maßgeschneiderte kommerzielle Inhalte zu vermitteln und auf die Bedürfnisse des Unternehmens zu reagieren.

Dank des Erreichten kann die Marketingabteilung Kampagnen selbständig verwalten, die je nach aktuellem Werbebedarf in Echtzeit veröffentlicht werden können, ohne die IT-Strukturen zu binden, die nicht mehr eingreifen müssen, um die Anzeige von Front-End-Inhalten zu ermöglichen.

