



KUNDENKONTAKTE IN VERKAUFSARGUMENTE WANDELN

Über das Service-Center von tobaccoland gehen monatlich tausende von Serviceanfragen zu Automaten und den darin enthaltenen Waren ein. Mit der Einführung der Salesforce-Plattform hat tobaccoland das große Potenzial erkannt, die generierten Kundendaten gezielt in der direkten Kundenansprache – nur nach Zustimmung des Kunden – zu verwenden. Das daraus entstehende Wissen kann das Unternehmen gewinnbringend in die Verkaufsargumentation des Außendienstes gegenüber B2B-Beziehungen, z. B. Aufstellern oder Kooperationspartnern, einfließen lassen.

ÜBER TOBACCOLAND

Als eines der in Deutschland führenden Unternehmen in der Automatenbranche verfügt tobaccoland über mehr als 100.000 Zigarettenautomaten an öffentlichen und privatwirtschaftlichen Standorten. Zudem betreut das Unternehmen zahlreiche Warenausgabesysteme für den Einzelhandel. Mit vier Regionalzentralen und mehr als 40 Jahren Branchen-erfahrung bietet tobaccoland von der Aufstellung und der Befüllung der Automaten bis hin zum Service und Support zahlreiche Leistungen aus einer Hand.

AUSGANGSSITUATION

Mit etwa 30.000 Kontakten im Monat verwaltet das Service-Center von tobaccoland eine Vielzahl an Serviceanfragen. Es handelt sich dabei um Störungsmeldungen, Anfragen zu Sortenwünschen oder um die Aufstellung neuer Automaten. In Zeiten, in denen Datensätze große Chancen für Wettbewerbsvorteile darstellen – sei es zur Personalisierung von Marketingbotschaften oder zur Nutzung von Cross-Selling-Potenzialen im Vertrieb – sollten die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, diese Daten nutzbar zu machen.

LÖSUNG

Zur Erfassung und Bündelung aller Daten aus den Serviceanfragen wurde in einem ersten Schritt mit der Salesforce SalesCloud ein CRM-System etabliert. Anschließend wurde die Voraussetzung für eine automatisierte Nutzung der Daten geschaffen: die Einführung der Salesforce Marketing Cloud. Somit können die vorhandenen Kundendatensätze nach erfolgtem Opt-in zum Versand von Newslettern und Gutscheinen eingebunden und damit den Automatenutzern neben der reinen Lösung des Service-Tickets weitere Informationen oder Entschädigungen via Gutscheinen angeboten werden.

NUTZEN & AUSBLICK

Durch den Versand von Newsletterinformationen gelingt es tobaccoland, ihre B2C-Kunden direkt zu erreichen und sie im Fall einer Störungsmeldung mit Gutscheinen zu entschädigen und somit auf erhöhte Kundenbindung zu setzen. Durch den gezielten Umgang mit den Kundendaten erwirbt tobaccoland wichtiges Endkundenwissen, z. B. über die geografische Konzentration von Kunden auf bestimmte Gebiete. Diese Information kann durch den Außendienst als Verkaufsargumentation bei der Akquise neuer Aufsteller oder Kooperationspartner genutzt werden. Durch die Schaffung einer Plattform für den Kundendialog auf Basis von Salesforce wurde der technologische Grundstein gelegt, sich künftig als zentraler Datenplattformanbieter für alle wichtigen B2B-Stakeholder des Unternehmens, darunter Aufsteller, Lieferanten und Hersteller sowie Vermarktungspartner, zu platzieren. Denkbar ist beispielsweise die Unterstützung der Aufsteller durch Endkundenkampagnen anlässlich neuer Aufstellorte oder eines veränderten Warensortiments.

Für die Zukunft möchte tobaccoland entlang der Customer Journey seine B2B- und B2C-Kunden mit weiteren Mehrwerten an sich binden. So befähigt sich tobaccoland mit der geschaffenen Salesforce-Lösung dazu, den Kunden künftig schon auf dem Weg zum Automaten zu begleiten oder Endkunden den Kauf von Waren mit bargeldloser Bezahlung anzubieten. Außerdem soll ein Fokus auf die Performance-Messung der Automaten gelegt werden, um B2B-Kunden perspektivisch absatzrelevante Informationen durch die Salesforce Community Cloud zukommen zu lassen.



Werner Syndikus, IT-Leiter, tobaccoland

„Die Implementierung von Salesforce war für uns eine strategische Entscheidung, mit der wir uns auf neues Terrain zubewegt haben. Die damit verbundenen Herausforderungen – technologisch wie auch im internen Change Management – haben wir sehr gut gemeistert. Zukünftig können sowohl unsere Endkunden als auch Geschäftskunden und -partner mit weiteren Entwicklungen und damit verbundenen Mehrwerten rechnen.“

tobaccoland

+++ Ihr Start ins automatisierte Marketing: Machen Sie den MARC-Check!

Der Marketing Automation Readiness Check (MARC) der T-Systems Multimedia Solutions ist Ihr Einstieg ins personalisierte und automatisierte Marketing. Im Rahmen eines Workshops analysieren wir Ihre Ausgangssituation, identifizieren Potenziale, definieren Handlungsfelder und erstellen gemeinsam mit Ihnen einen Stufenplan, mit dem Sie Schritt für Schritt automatisierte Marketingprozesse in Ihrem Unternehmen etablieren.



Startbereit? Unter dem QR-Code finden Sie weitere Informationen und können sich direkt zu Ihrem individuellen MARC-Check anmelden. +++

[www.t-systems-mms.com/
Marketing-Automation-Check](http://www.t-systems-mms.com/Marketing-Automation-Check)

HERAUSGEBER

T-Systems Multimedia Solutions GmbH
Riesaer Straße 5
D-01129 Dresden

IHR ANSPRECHPARTNER

Stephan de Paly
Senior Consultant Digital Marketing
Tel.: +49 351 2820 5520
S.de-Paly@t-systems.com

T · · Systems ·