

Der richtige Content für die richtigen Personen

Verwalten Sie mehrere Dokumentenvarianten, und sprechen Sie geeignete Zielgruppen damit an.

Das dynamischer werdende Kaufverhalten der Konsumenten zwingt Marketer dazu, Botschaften immer spitzer auf Zielgruppen und deren Präferenzen zuzuschneiden. Dazu benötigen sie Varianten ihrer Werbematerialien für ähnliche Produkte, die für den jeweiligen Markt geeignet und angepasst sind. Mit automatisiertem Variantenmanagement können sie:

- **Zielgruppengerechte Inhalte entwickeln und liefern**
Für verschiedene Zielgruppen können Produkte oder Produktvarianten angeboten werden, die in derselben Sprache für dasselbe Land beworben werden, aber mit verschiedenen Botschaften.
- **Lokale Märkte mit relevanten Varianten erreichen**
Auch für Publikationen in derselben Sprache, die Zielgruppen in verschiedenen Regionen eines Landes ansprechen sollen, werden möglicherweise Varianten benötigt. Dabei werden Werbeangebote z.T. sogar auf einzelne Filialen oder Vertriebsorganisationen zugeschnitten. Oder Unternehmen nutzen zwar nur eine einzige Sprache, z.B. Englisch, um ein internationales Publikum zu erreichen, benötigen aber dennoch Varianten, die lokale Kontaktinformationen oder Vorschriften berücksichtigen.
- **Übersetzungen erfolgreich steuern**
Unternehmen, die ihre Produkte in verschiedenen Regionen anbieten, benötigen oft sprachlich angepasste Varianten für ihre Marketingmaterialien. Marketingteams profitieren daher von einem klugen Management der zahlreichen Varianten.

Vereinfachtes Variantenmanagement und präzise Zielgruppenansprache

In der Regel erstellen Produktions- oder Einzelhandelsunternehmen ein zentrales Masterdokument, das anschließend für regionale Märkte angepasst und übersetzt wird. Das Ergebnis ist eine Vielzahl an zu verwaltenden Varianten.

Marketing- und Kreativteams arbeiten oft mit manuell geführten To-Do-Listen und separaten, sich stark unterscheidenden Projektmanagement-Systemen, mit denen der Fortschritt eines Projekts nur schwer zu erfassen ist. Dazu kommt die Herausforderung, die richtigen Zielgruppen und die jeweils passenden Varianten effizient auszuwählen.

Das Variantenmanagement- und Targeting-Modul für censhare ermöglicht es Marketern, alle Varianten einfach zu entwickeln und nachzuverfolgen. So können Inhalte auf der Grundlage von Nutzerdaten mit Hinweisen darauf, zu welchem Segment ein Kunde gehört, genau an Zielgruppeninteressen angepasst werden. Durch Tagging von Assets werden Kontext- und Relevanzverknüpfungen zwischen Zielgruppen, Informationen und Inhalten geschaffen.

Jedes digitale Asset kann mit Informationen gekennzeichnet werden, um Inhalte zu beschreiben und auf Zielgruppen abzustimmen. Diese Informationen werden dann für die Auswahl des Inhalts verwendet, indem die Tags die Eignung für spezielle Zielgruppen signalisieren.

Mit diesem Modul

- Erstellen und verwalten Sie Varianten für Content
- Aktualisieren Sie Content-Varianten automatisch auf Grundlage von Änderungen an Masterdateien
- Wählen Sie Content-Varianten aus, die exakt zu bestimmten Zielgruppen passen

Features und Funktionen

Variantenmanagement

Funktionen zur Erstellung und Verwaltung von Contentvarianten, die auf definierten Zielgruppen basieren

- Verwaltung und Bearbeitung komplexer Varianten, einschließlich Varianten für Regionen und Produkte
- Erstellung von Varianten für die gezielte Kundenkommunikation

Targeting

Funktionen zur Schaffung von Kontext zwischen Zielgruppen, Informationen und Inhalten sowie Regeln zur Auslieferung von Content und Content-Varianten

- Dialoge zur Definition von Targeting-Kriterien für Metadaten
- Verfügbar für Informationen zu Personen, Firmen und Zielgruppen
- Zielgruppen können Produkte, Inhalte und Information aller Art referenzieren, z.B. Artikel, Artikelvarianten, Videos, usw.
- Flexible Regeln für das Targeting

Erfolgsgeschichte

Einzelhändler überzeugt Kunden mit personalisiertem Online-Content

Ein großer europäischer Einzelhandelskonzern nutzt censhare, um sein Kundenportal zu betreiben. Kunden können sich in ihrem Treuekonto anmelden und erhalten dort personalisierte Informationen aller Art.

Der gesamte Inhalt wird in censhare vorgehalten und ist mit speziellen Zielgruppeninformationen gekennzeichnet.

Nach der Anmeldung sieht ein Kunde personalisierte Inhalte, die zu seinem Zielgruppenprofil passen. Dieses wird ständig aktualisiert, wenn der Kunde Seiten anschaut, auf Inhalte zugreift und diese herunterlädt oder Angebote anklickt. Mit der Zeit sehen aktive Nutzer bei jedem Besuch Inhalte, die genau zu ihren Interessen passen.

Universal Content Management für vernetztes Marketing

censhare Universal Content Management ist eine zentrale Plattform, die die Verwaltung digitaler Assets, Inhalte und Produktinformationen für Marketingkampagnen auf allen Absatzkanälen vereinfacht. Die nahtlos einsetzbare Software nutzt eine semantische Datenbanktechnologie, um riesige Content-Volumen und starke inhaltliche Diversität zu bewältigen. Sie reagiert unverzüglich. Suchergebnisse lassen sich intuitiv filtern, sodass gesuchte Assets oder Informationen schnell zu finden sind.

Alle Inhalte werden über die Kernbestandteile der Plattform verwaltet und verarbeitet: Digital Asset Management (DAM), Product Information Management (PIM) und Content Management. Ergänzende optionale Module, z.B. für die Konnektivität, bieten größtmögliche Flexibilität und ergänzen das System mit den Merkmalen, die Sie für Ihre Aufgaben benötigen, seien es komplexe Druckproduktionen oder der Umgang mit vielen Content-Varianten.

censhare AG

Paul-Gerhardt-Allee 50, 81245 München
Tel: +49 89 568236-0 Email: info@censhare.com

www.censhare.com

Copyright © 2019 censhare

Wir verbessern unsere Produkte ständig und sobald neue Technologien und Komponenten verfügbar sind. Daher behält sich censhare das Recht vor, Spezifikationen, Features, Funktionen, Dienstleistungen und Vorgänge, die in diesem Dokument beschrieben werden, ohne Vorankündigung zu ändern.