

# Presseinformation

## Individualisierte Kundenkommunikation gefragt

### Swiss Post Solutions und Client Vela präsentieren die Studie zur Individualisierung im Kundendialog

80 Prozent der Marketingexperten in Deutschland und der Schweiz wollen individualisierter auf die Kunden zugehen. Aber nur 22 Prozent sprechen ihre einzelnen Kunden tatsächlich individuell an. Diese Diskrepanz zeigt eine Studie der Swiss Post Solutions zum gezielten Kundendialog erstmals im deutschsprachigen Raum auf. 90 Prozent der befragten Experten gehen davon aus, dass die Relevanz individualisierter Kommunikation für ihr Unternehmen zunehmen wird. Swiss Post Solutions bietet integrierte Lösungen für den Aufbau eines nachhaltigen, individuellen Kundendialogs an.

«Kunden können heute gar nicht mehr alle Informationen aufnehmen, die auf sie einströmen,» erläutert Constantin von Mutius, Geschäftsführer der Client Vela GmbH, einem Unternehmen der Schweizerischen Post. «Unternehmen müssen die Interessen und Präferenzen von Kunden ernst nehmen, wenn sie ihre Aufmerksamkeit gewinnen wollen. Zu allgemein gehaltene Marketingmassnahmen gehen in der Informationsflut unter.» Wie eine Studie, die Client

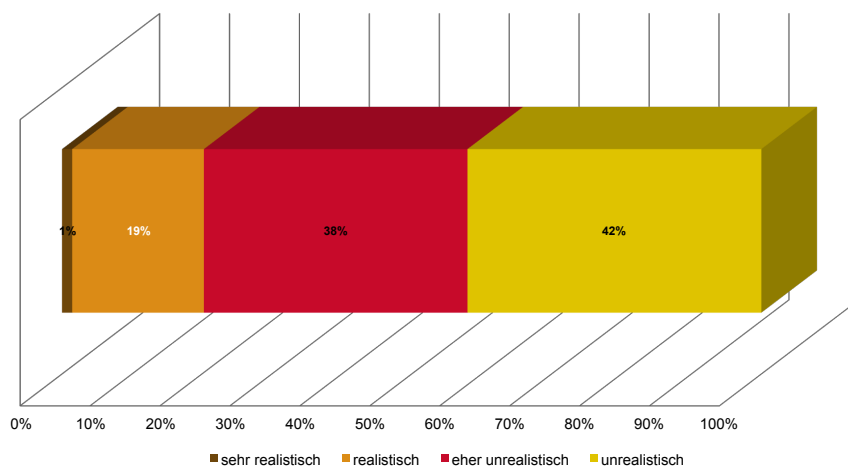
Vela und Swiss Post Solutions im deutschsprachigen Raum durchgeführt haben, beweist, teilen viele Marketingfachleute diese Meinung. Doch handeln sie nicht konsequent danach. In der Studie ist sehr gezielt auf die Bedeutung des individualisierten Kundendialogs nachgegangen. Die Resultate zeigen klaren Handlungsbedarf auf.

### Kundensegmentierung statt echter Individualisierung

Wie die Studie zeigt, individualisieren Unternehmen den Dialog mit ihren Kunden bislang vor allem nach Kundensegmenten. Nur 22 Prozent der Unternehmen sprechen ihre Kunden individuell auf Einzelkundenbasis an. Auf Segmentebene lebt die Individualisierung vor allem von spezifischen Bilderwelten und Layouts (64 Prozent) sowie Inhalten (56 Prozent).

### Die Zukunft gehört Print

Den mobilen Kanal nutzen bislang nur 14 Prozent der Befragten für den individualisierten Dialog. Allerdings glauben 80 Prozent der Befragten, dass sich die Individualisierung in der Printkommunikation gegenüber der Onlinekommunikation durchsetzen kann, trotz der relativ hohen Kontaktkosten.



Die Printkommunikation wird auch in Zukunft ihre Bedeutung im individualisierten Kundendialog nicht verlieren!



**SPS**

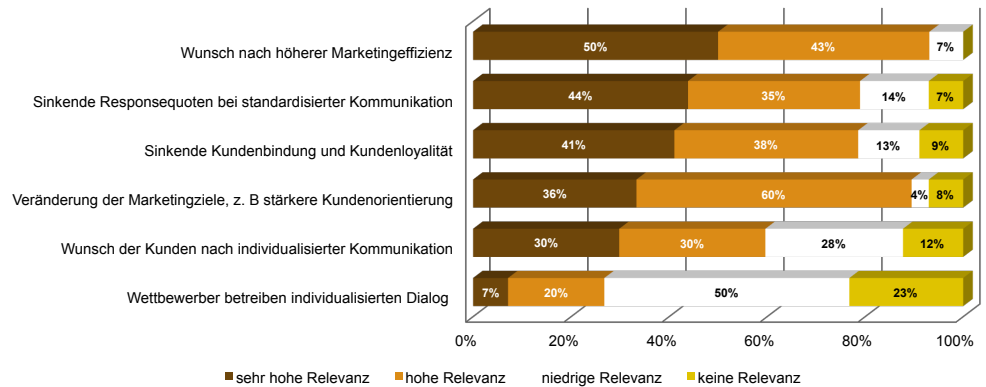
a Swiss Post company

### Mehr Effizienz und stärkere Kundenbindung

Als Grund für die Individualisierung nennen mehr als 90 Prozent der Befragten veränderte Marketingziele, wie zum Beispiel eine stärkere Kundenorientierung, und den Wunsch nach mehr Effizienz im Marketing. Über 70 Prozent erwarten, die Kunden stärker an sich zu binden und Responseraten zu verbessern.

### Individualisierung als bewusste Entscheidung

Persönliche Daten wie Kanalnutzung, persönliche Präferenzen, Interessen und Einstellungen sind derzeit noch kaum im Einsatz. Bis zu ein Drittel der Unternehmen plant jedoch, solche Informationen in Zukunft stärker einzubinden. Und eine deutliche Mehrheit (59 Prozent) möchte in Zukunft auch mit mehr als fünf Varianten arbeiten.



Für die Entscheidungsträger ist der Wunsch nach höherer Marketingeffizienz der entscheidende Treiber für die individualisierte Dialogkommunikation.

### Hindernisse und Grenzen der Individualisierung

Dass der Kundendialog individueller werden muss, bestreitet kaum ein Unternehmen. Allerdings erklären 60 Prozent der Unternehmen, dass ihre CRM-Systeme nicht ausreichend in die bestehende Prozesslandschaft eingebunden seien und 50 Prozent geben Mängel im Management der Kundendaten als Hemmnis an.

### Individualisierung steht erst am Anfang

Die Umfrage zeigt: Marketing-Experten planen für die Zukunft eine zielgerichtete und deutlich verstärkte Individualisierung im Dialog mit ihren Kunden. Dafür müssen sie allerdings noch einige Hindernisse überwinden: die Integration von CRM-Systemen in die bestehenden Prozesse sowie das Management der Kundendaten. Dann können sie ihre Kundenansprache gezielt individualisieren und damit mehr Marketingeffizienz und höhere Responseraten erreichen.



a Swiss Post company

### Die Umsetzung

Eine erfolgreiche Umsetzung erfordert umfassende Service- und Beratungsleistungen zu den Möglichkeiten, Anforderungen und Erfolgsfaktoren für eine Individualisierung von Dokumenten und TransPromo. Swiss Post Solutions steht als kompetenter Partner unterstützend zur Seite: Von der Konzeptentwicklung, über die Gestaltung von Dokumenten, Themen des Datenmanagements, Erstellung bzw. Hinterlegung von Regelwerken bis hin zum Einsatz neuester Technologien für die Massenverarbeitung individualisierter Kundenkommunikation im Digitaldruck.

### Über die Studie

Ziel der Studie war es, erstmals im deutschsprachigen Bereich einen Branchen- und kanalübergreifenden Überblick über den Status Quo und die zukünftigen Trends in der individualisierten Dialogkommunikation zu gewinnen.

Die Studie beruht auf einer Online-Unternehmensbefragung mit rund 20 Fragen. Um den Rahmen der Befragung klar abzugrenzen wurde der Befragung folgende Definition zur individualisierten Kommunikation vorangestellt: Individualisierung umfasst Marketingmaßnahmen, deren Inhalte auf Basis von Informationen über einzelne Konsumenten definiert werden.



Swiss Post Solutions begleitet Sie auf dem Weg zur Umsetzung.



Swiss Post Solutions GmbH  
Kronacher Strasse 70-80  
96052 Bamberg  
Germany

Telefon +49 951 9426 3845  
[sps.de@swisspost.com](mailto:sps.de@swisspost.com)  
[www.swisspostsolutions.de](http://www.swisspostsolutions.de)



a Swiss Post company