

# BEST PRACTICE: INXMAIL - CRM INTEGRATION

Stand 07/2010

## Case Study:

CRM meets EMM\*

Integration des EMM Programms Inxmail Professional und des Customer Relationship Management System SMART am Beispiel der Hach-Lange GmbH Europe.

\* E-Mail-Marketing



# BEST PRACTICE: Inxmail - CRM INTEGRATION



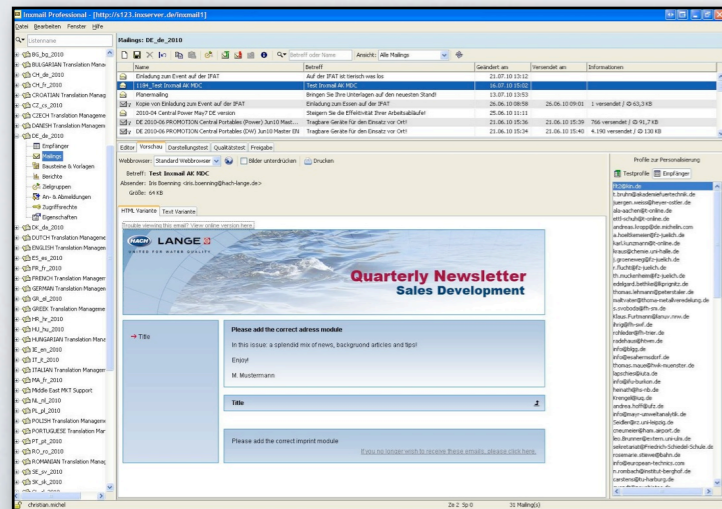
## Aufgabe & Ziel:

Für das weltweit in 30 Ländern agierende Unternehmen HACH LANGE GmbH - Markführer im Bereich Water Quality - ist es unumgänglich, eine nahtlose Integration aller Programme und Workflows in die bereits vorhandene Infrastruktur anzustreben. So auch mit dem im Jahr 2009 in Betrieb genommenen Newsletter-Tool Inxmail Professional.

Als Solution-Partner von Inxmail und langjähriger Realisationspartner von HACH LANGE hat Michel gemeinsam mit dem Kunden die Integration in das CRM-System geplant und umgesetzt.

Maßgabe bei der Umsetzung waren die folgenden wichtigen Aspekte:

- ✓ Nutze, was vorhanden ist
- ✓ Definiere, welche Aufgaben von welchem Programm bearbeitet werden
- ✓ Schaffe eine einheitliche zentrale Datenbasis
- ✓ Eliminiere unnötige manuelle Schritte
- ✓ Ermögliche Datenkommunikation in beide Richtungen



# BEST PRACTICE: Inxmail - CRM INTEGRATION



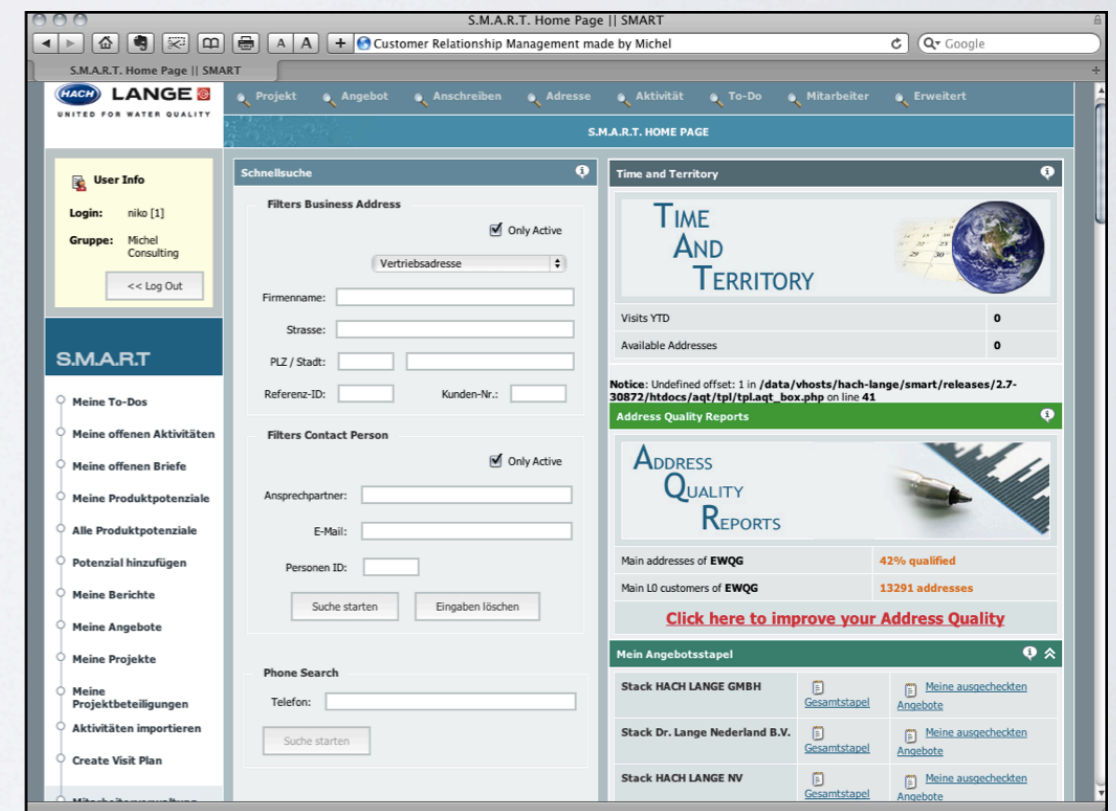
## Produkt:

### SMART - CRM-System

Das CRM-System wurde für HACH-LANGE vollständig von Michel entwickelt und speziell auf die Anforderungen eines international agierenden Konzerns hin angepasst. Seit 6 Jahren wird das modulare System beständig erweitert. Das CRM-System beinhaltet neben einer Adress- und Kontaktpersonen-Verwaltung spezielle Tools und Feature für Angebote, Projekte, und Aktivitäten mit Kunden. Aber auch die Anbindung der Serviceabteilung, eine über Ländergrenzen hinweg funktionierende Aussendienst-Gebietsverwaltung und viele nützliche Tools sind in einem System zusammengeführt.

In diesem CRM-System werden insbesondere die Adressen und Kontaktpersonen kontinuierlich durch manuell pflegbare Attribute, durch Potentialberechnungen, durch die Verknüpfung mit anderen Programmen wie dem ERP-System und der Service-Software aufqualifiziert. Für die Integration von Inxmail Professionell ist die bereits existierende vollständige Kampagnenverwaltung in SMART wichtig, in der sowohl Print- als auch eMailings verwaltet werden.

Das CRM System wird derzeit in 30 Ländern eingesetzt, und ist auch bis hin zu den kleinsten Details wie Währungs- Adress- und Datumsformate „lokalisiert“ und auf die Belange der einzelnen Länder hin angepasst.





## Inxmail Integration:

Die vorhandene Kampagnenverwaltung, die u.a. die Verknüpfung und Strukturierung von Kampagnen untereinander (z.B. EU-weite Mailings in 30 Länder) erlaubt und eine feingranulierte Suche und Bearbeitung der Empfänger auf Basis der vorhandenen Daten in SMART beinhaltet, ist im Zuge der Inxmail Integration so angepasst worden, dass - bis auf die eigentliche Redaktion des Inhalts der Newsletter - alle in Inxmail benötigten Elemente automatisiert über die PHP-API von Inxmail gesteuert und angelegt werden:

- ✓ Automatische Anlage des Mailings in der richtigen Mailingsliste
- ✓ Automatische Anlage der „Sub-Kampagnen“ inkl. Kopie des in Inxmail erstellten Hauptmailings zur Übersetzung
- ✓ Automatische Anlage der Zielgruppe für das jeweilige Mailing
- ✓ Automatische Anlage der zusätzlichen Spalten bei den Empfängern für die Auswahl nach Zielgruppen
- ✓ Automatische Anlage der zusätzlichen Spalten für das Tracking der Themen und für die „Actions“
- ✓ Automatische Anlage der „Actions“ für die Responses

- ✓ Darüber hinaus automatische Anlage der Folgeaktivitäten im CRM-System, wenn ein Link mit entsprechender Action geklickt wurde
- ✓ Automatisches Übertragen der im CRM selektierten Empfänger für ein Mailing bzw. ein Update der bereits vorhandenen Empfänger
- ✓ Automatischer bidirektionaler Abgleich der Opt-outs (CRM SMART -> Inxmail, Inxmail -> CRM SMART)
- ✓ Nächste Ausbaustufe: Übergabe der Statistikdaten an das SMART Analyse-Modul.

## Inxmail Integration:

### EMPFÄNGER

Die Empfänger für ein Mailing werden im CRM System selektiert und per API an Inxmail übergeben. Hierzu legt das CRM eine neue Spalte mit der Kampagnen-Kennziffer in Inxmail an. Die im CRM System ausgewählten Empfänger erhalten in dieser Spalte die Kampagnen-Kennziffer ihres Landes als Wert. Über die Option „Zielgruppen“ werden dann die Empfänger für das Mailing gefiltert.



### ZIELGRUPPEN

Gleichzeitig werden die Zielgruppen definiert, die die in SMART selektierten und an Inxmail übertragenen Empfänger enthalten. Diese Zielgruppen werden ebenfalls automatisiert in Inxmail für das jeweils richtige Mailing angelegt, so dass gesichert ist, dass sich bei Versand eines Mailings auch die korrekten Empfänger in der Zielgruppe befinden.

# Inxmail Integration:

## THEMEN

In der Kampagnenverwaltung in SMART ist es vorgesehen, dass der Anwender nicht nur die Kampagne technisch anlegt, sondern auch schon inhaltlich die Themen des Newsletters festlegt. Zu jedem Thema können dann vordefinierte „Nachfolgeaktivitäten“ hinterlegt werden.

Ziel ist die automatisierte Eintragung einer „zu erledigende Aufgabe“ bei der jeweiligen Kontaktperson im CRM-System für den Fall, dass ein Empfänger sich durch Klick auf einen Link für ein Thema interessiert:

Für jedes Thema wird in Inxmail eine Spalte mit Kampagnen-Kennziffer und Themen-Kennziffer hinzugefügt und gleichzeitig eine „Action“ angelegt, die bei Klick auf den mit der „Action“ verbundenen Link das aktuelle Datum mit Uhrzeit in die entsprechende Spalte einträgt.

Durch Klick auf den Link im Newsletter wird diese „Action“ ausgeführt. Ein Script liest diese Information aus Inxmail aus und setzt bei der betreffenden Kontaktperson im CRM die Folgeaktivität - z. B. „Angebot für das Produkt XY senden und Broschüre ZZ hinzulegen“.

The screenshot displays the HACH LANGE SMART CRM interface. The top navigation bar includes 'Projekt', 'Angebot', 'Anschieben', 'Adresse', 'Aktivität', 'To-Do', 'Mitarbeiter', and 'Erweitert'. The main content area is titled 'ACTIVITY DETAIL' and shows information for a campaign: 'Aktivität: Campaign: Central portables June 2010 - WW municipal/industrial'. The 'Topic' is 'TS...'. Below this, there are fields for 'Anlagedatum: Di, 29. Jun. 2010', 'Zeit: ---', 'Who@HACH-LANGE: Frank Demey', 'Abschluss-Datum:', 'Status: offen', 'Company-Division: HACH LANGE', 'Kontaktweg: Email', 'Kontaktgrund: Marketing Antwort', 'urspr. Kontaktquelle: marketing campaign email', 'Kontaktquelle Detail:', 'Kurzbeschreibung: Campaign: Central portables June 2010 - WW municipal/industrial', 'Topic: TSS portable', and 'Detaillierte Beschreibung (Kannfeld): Follow Up: Sales person must contact customer for offer'. A 'Kommentar (für Besuchsbericht):' field is also present. The left sidebar contains a navigation menu with items like 'Meine To-Dos', 'Meine offenen Aktivitäten', 'Meine offenen Briefe', 'Meine Produktpotenziale', 'Alle Produktpotenziale', 'Potenzial hinzufügen', 'Meine Berichte', 'Meine Angebote', 'Meine Projekte', 'Meine Projektbeteiligungen', 'Aktivitäten importieren', 'Create Visit Plan', 'Adresse Details', 'Ansprechpartner Details', 'Aktivität Details', 'Aktivität hinzufügen', 'Dokument hinzufügen', 'To-Do hinzufügen', and 'Baumstruktur'.

## Inxmail Integration:

### FOLGEAKTIVITÄT IM CRM

Die „zu erledigenden Aufgaben“ werden dem jeweiligen Empfänger (= Kontaktperson im CRM System) zugewiesen und die Aufgaben werden zusätzlich auf „Stapel“ in dem entsprechenden Land zur weiteren Bearbeitung gelegt.

Jedes Thema hat im CRM System eine Zuständigkeit zu einer Abteilung zugewiesen bekommen, so dass über eine einfache Filtermöglichkeit die Sachbearbeitung, der Service und die Marketingmitarbeiter die für sie relevanten Aufgaben in dem „Stapel“ schnell finden und bearbeiten können.





## Inxmail Integration:

### NEWSLETTER

Der redaktionelle Teil des Newsletters wird - sowohl bei einer Masterkampagne als auch bei den Einzelkampagnen - in Inxmail erstellt.

Sobald der Newsletter inhaltlich in der Masterversion verfügbar ist, können die Unterkampagnen automatisiert inkl. aller relevanten Spalten, Attribute, Zielgruppen und einer Kopie des Newsletters sowohl in der richtigen Mailingliste von Inxmail als auch in SMART automatisiert erstellt werden. Der Newsletterinhalt muss dann lediglich noch übersetzt werden.

Diese vollständige Integration und das Steuern von Inxmail Professional aus dem CRM heraus bedeutet für HACH LANGE einen großen Zeitgewinn. Die bisherige manuelle Anlage von ca. 30 Newslettern mit allen Angaben und den notwendigen einzelnen Schritten und Verknüpfungen bedeutete stundenlanges Arbeiten und erhöhte das Fehlerrisiko.

### OPT-IN und OPT-OUT

Anders als sonst üblich, werden die Opt-Ins, also die Anmeldungen für einen Newsletter, nicht direkt in Inxmail, sondern in dem CRM-System erfasst, da ja hier auch die Selektion der Empfänger für die Mailings erfolgt und neue Empfänger automatisiert – wenn sie in einer Selektion mit vorhanden sind – in Inxmail angelegt werden.

Opt-Outs, die über das CRM-System eingetragen werden, stehen natürlich für eine Selektion nicht mehr zur Verfügung. Opt-Outs, die über Inxmail erfolgen, werden über ein Script automatisiert in das CRM-System übertragen.

# BEST PRACTICE: Inxmail - CRM INTEGRATION



CRM

Inxmail Professional

Anlage der Hauptkampagne (HK)  
Selektion der Länder und Verteiler



Anlage der Themen für die HK und  
Definition der Folgeaktivitäten für  
jedes Thema

„on Click“

Automatische Anlage der benötigten Spalten und  
der Mailings



Redaktion des Master-Newsletters (MNL) für die  
Hauptkampagne

Vorlage ist fertig

Klick auf „Sub-Kampagnen erstellen“



Automatische Anlage aller ca. 30  
Unterkampagnen für die Länder

„on Click“

Automatische Anlage aller Mailings, Actions, und  
Spalten sowie Kopie des Master-Newsletters und  
Anlage der Zielgruppen



Befüllen der Spalten, Eintrag der Empfänger



Auswahl der Empfänger

Versand

Übersetzen des MNL in die jew. Zielsprache

Folgeaktivität wird bei der Kontaktperson  
eingetragen, Opt-In und Opt-Out übermittelt

per Script

Empfänger klickt auf Newslink eines Themas



## Kunde:

HACH LANGE ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Labor- und Online-Wasseranalytik. Das Unternehmen mit seinen 2500 Mitarbeitern in seiner heutigen Form ist im Jahr 2000 aus der Zusammenlegung der ehemaligen Firmen Dr. Bruno Lange GmbH mit Sitz in Berlin und der HACH Inc. mit Sitz in den USA entstanden.

Seither expandiert das Unternehmen weltweit und betreibt Forschungs-, Entwicklungs- und Produktionseinrichtungen in vielen Ländern. Ein internationales Netzwerk verbindet HACH LANGE mit Tochterfirmen in 22 Ländern Europas sowie mit vielen weiteren, festen Handelspartnern.

Das Produkt- und Dienstleistungs-Portfolio wurde konsequent auf alle Anwendungen im Bereich Trink- und Abwasser erweitert und deckt heute alle relevanten analytischen Parameter und Anwendungen sowohl im Labor als auch Online ab.

## Michel:

Michel betreut als Berater und Hersteller das Unternehmen seit 1998 und hat HACH-LANGE seitdem mit allen webbasierten Anwendungen ausgestattet:

Neben dem CRM-System SMART haben wir Webseiten und eShops in über 30 Ländern aufgebaut, unterstützen Sales und Marketing mit diversen Tools und Visual Management Applikationen und sorgen für die Integration der vorhandenen IT-Systeme mit den webbasierten Applikationen. Das moderne Intranet mit individualisierbaren Oberflächen durch Widget-Technologie stammt ebenfalls von Michel.

# BEST PRACTICE: INXMAIL - CRM INTEGRATION

Stand 07/2010

## Case Study:

Für Fragen und weitere Auskünfte zu diesem und anderen Projekten stehen wir Ihnen gerne Rede und Antwort.

Kontaktieren Sie uns!

02641-9115410

[info@michel-consulting.de](mailto:info@michel-consulting.de)

