

DYNASUMMIT
ON TOUR

DynaSummit on Tour

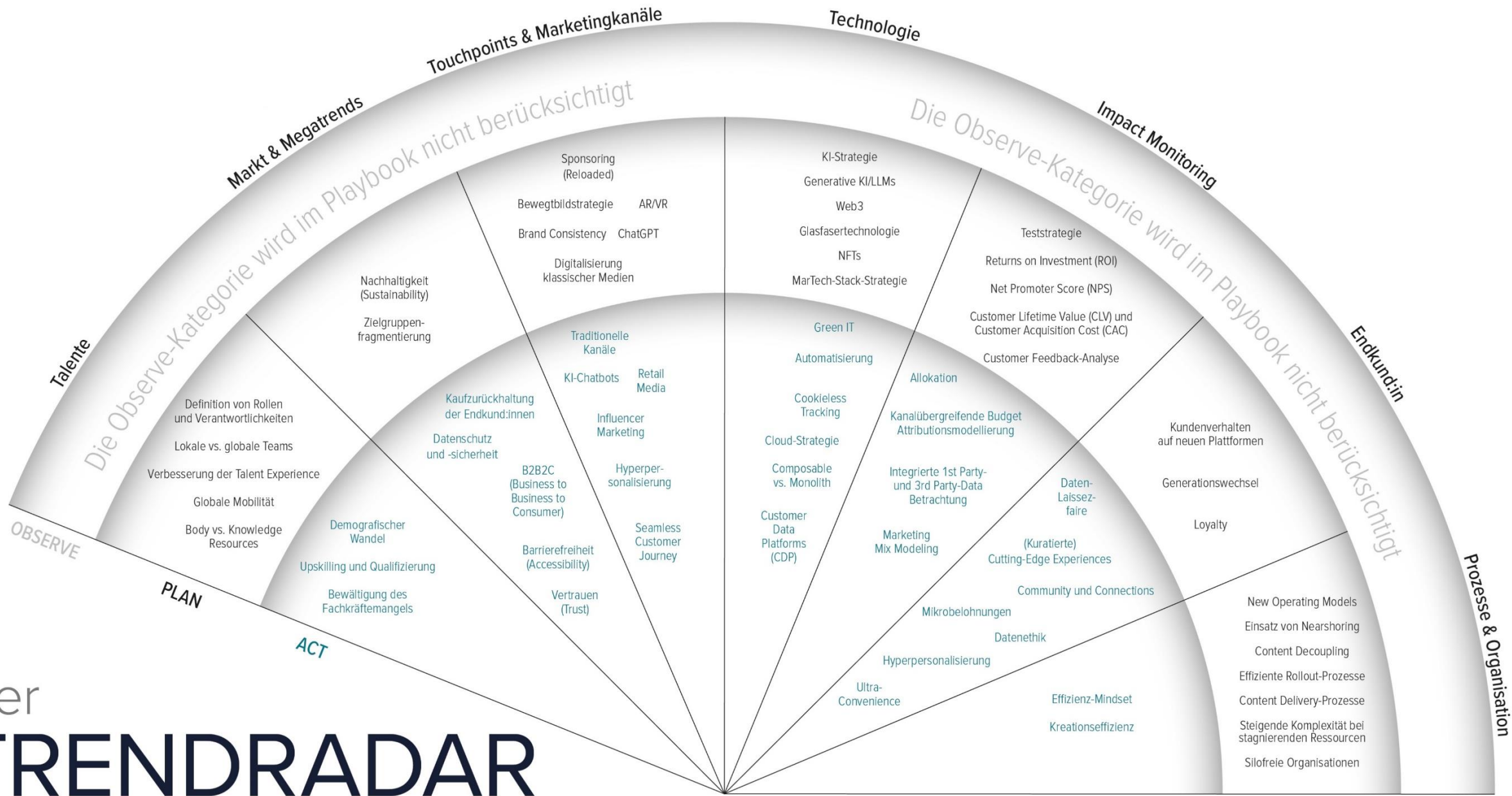
11. April 2024

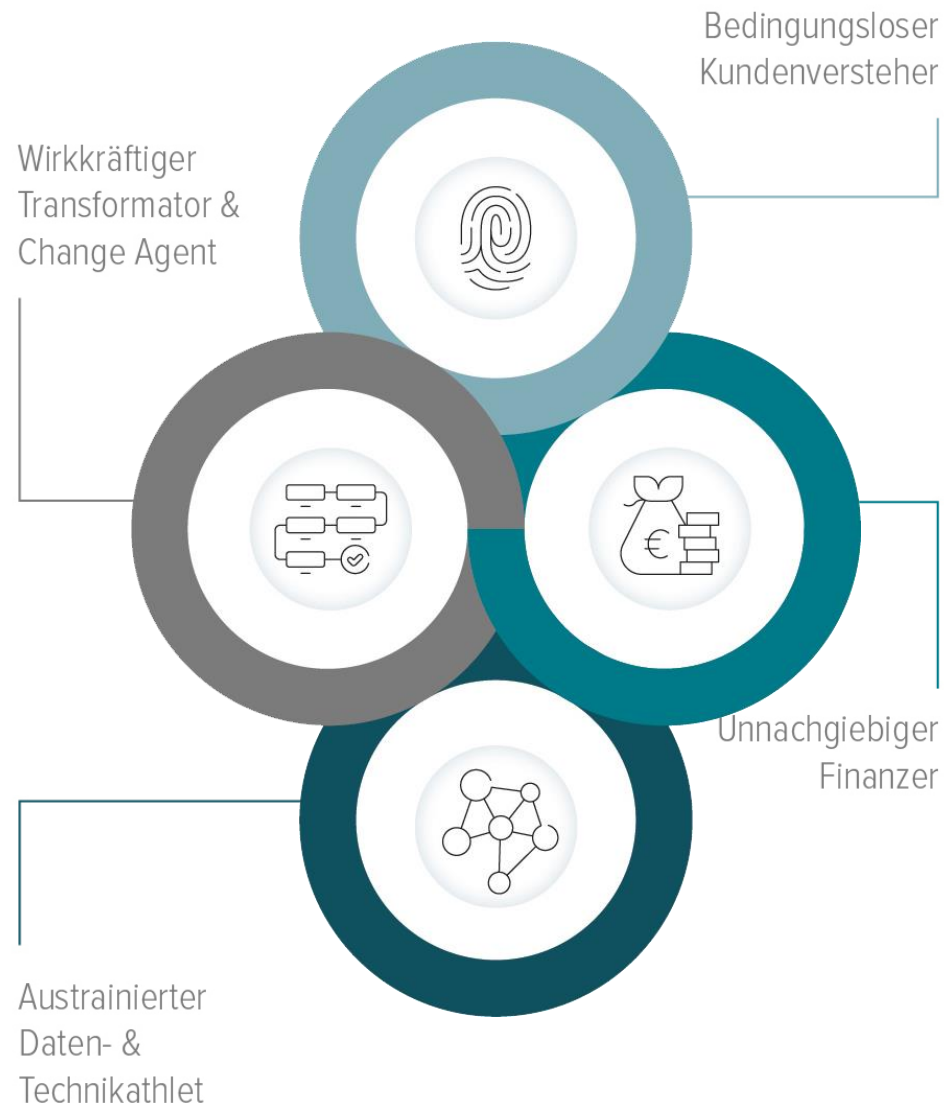
Was gibt es Neues ...

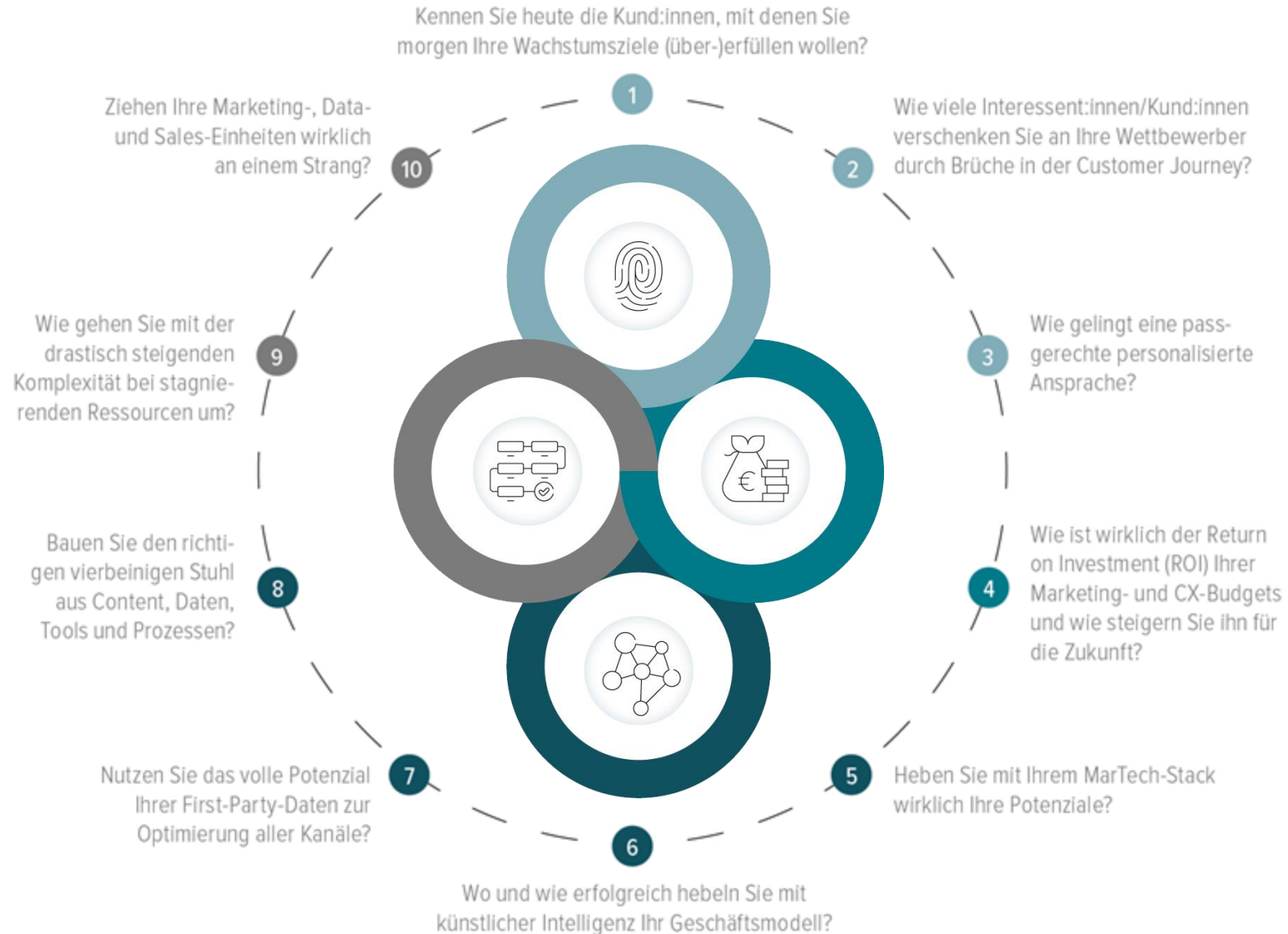
- **DYMATRIX Playbook 2024**
- **Merge ECONDA – DYMATRIX**
- **CXP – Aktueller Stand**
- **Änderungen/Entwicklungen im Customer Insight**
- **Neues Partner-Angebot: Cross-Channel Hub**



Der TRENDRADAR







Kennen Sie heute die Kund:innen, mit denen Sie morgen Ihre Wachstumsziele (über-)erfüllen wollen?

Ziehen Ihre Marketing-, Data- und Sales-Einheiten wirklich an einem Strang?

Wie viele Interessent:innen/Kund:innen verschenken Sie an Ihre Wettbewerber durch Brüche in der Customer Journey?

1

Kennen Sie heute die Kund:innen, mit denen Sie morgen Ihre Wachstumsziele (über-)erfüllen wollen?

Nutzen Sie das volle Potenzial Ihrer First-Party-Daten zur Optimierung aller Kanäle?

Heben Sie mit Ihrem MarTech-Stack wirklich Ihre Potenziale?

Wo und wie erfolgreich hebeln Sie mit künstlicher Intelligenz Ihr Geschäftsmodell?

Kennen Sie heute die Kund:innen, mit denen Sie morgen Ihre Wachstumsziele (über-)erfüllen wollen?

1

Ziehen Ihre Marketing-, Data- und Sales-Einheiten wirklich an einem Strang? 10

2 Wie viele Interessent:innen/Kund:innen verschenken Sie an Ihre Wettbewerber durch Brüche in der Customer Journey?

3

Wie gelingt eine passgerechte personalisierte Ansprache?

4 Marketing- und CX-Budgets und wie steigern Sie ihn für die Zukunft?

5 Heben Sie mit Ihrem MarTech-Stack wirklich Ihre Potenziale?

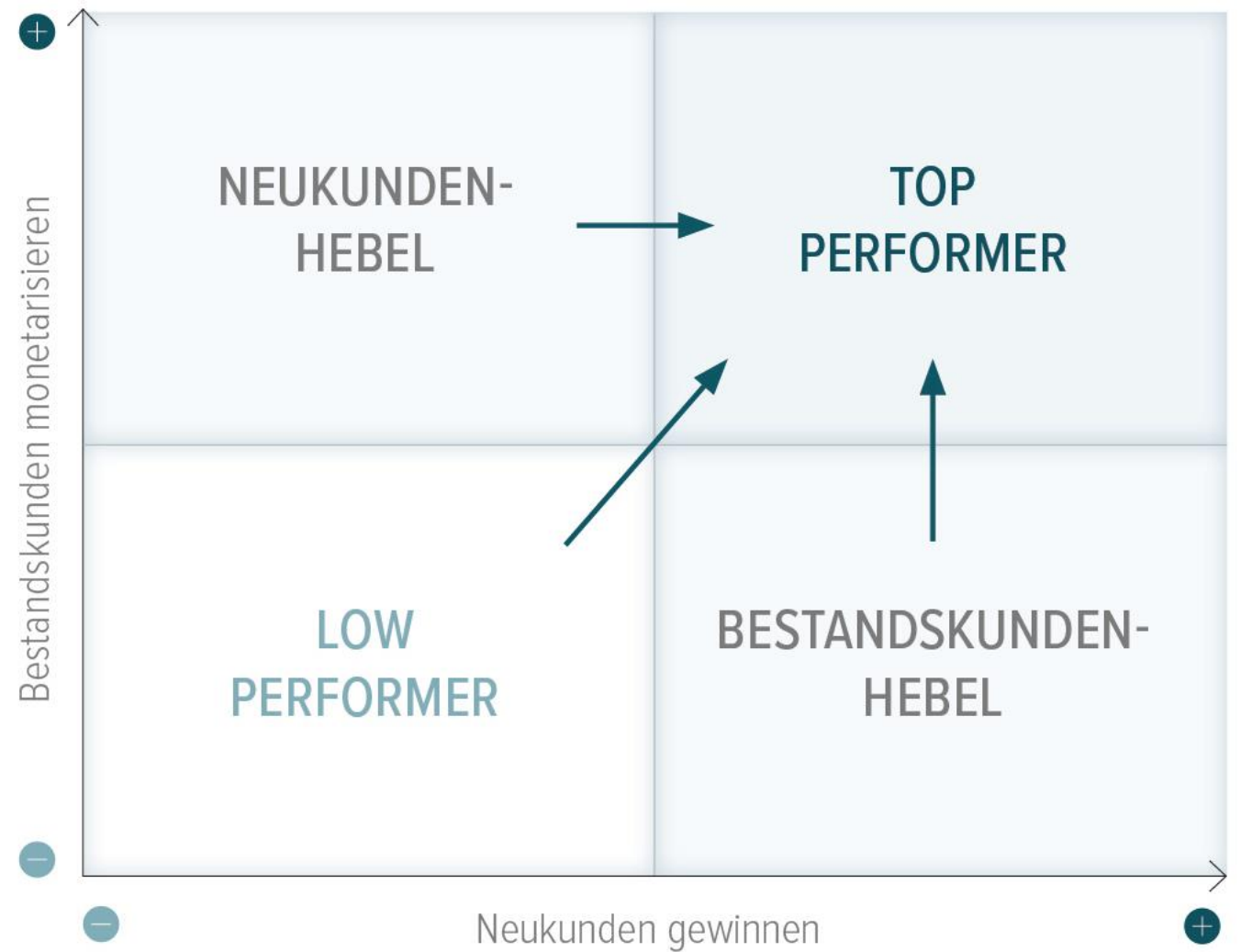
6 Wo und wie erfolgreich hebeln Sie mit künstlicher Intelligenz Ihr Geschäftsmodell?

7 Nutzen Sie das volle Potenzial Ihrer First-Party-Daten zur Optimierung aller Kanäle?

8 Generierungen stemmen aus Content, Daten, Tools und Prozessen?

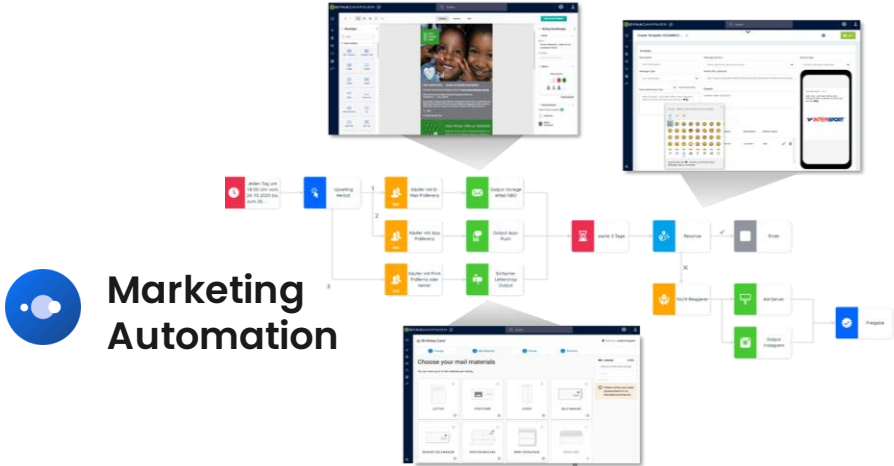
Customer First – Business Impact: Unser Mantra

Quelle: eigene Darstellung



Customer Experience Platform

Im Zusammenspiel unschlagbar



AI-based Customer Prediction

NBOs

This interface displays a 'BESTSELLER' banner featuring a man in a white shirt and green pants. Below the banner is a grid of clothing items, including a white long-sleeve shirt, a white t-shirt, a pair of khaki pants, a pair of white sneakers, a pair of dark shorts, a dark t-shirt, a light blue t-shirt, and a pair of white sneakers. The items are arranged in two rows, with their respective prices listed below each item.

Affinitäten

This interface shows a travel advertisement for TUI. The main image is a person in a hat and backpack walking through a tropical forest. The text reads 'Badä oder Abenteuer?' and 'TUI Live Happy'. Below the image is a section titled 'kennenlernen' with a paragraph of text and a button that says 'Jetzt Messen anzeigen'.

- Customer Lifetime Value
- AI-based Cancellation Prediction
- Customer Segmentation
- Dynamische Reaktivierung
- Second Order Push

Customer Data Platform (CDP)



Customer Insights & Web Analytics

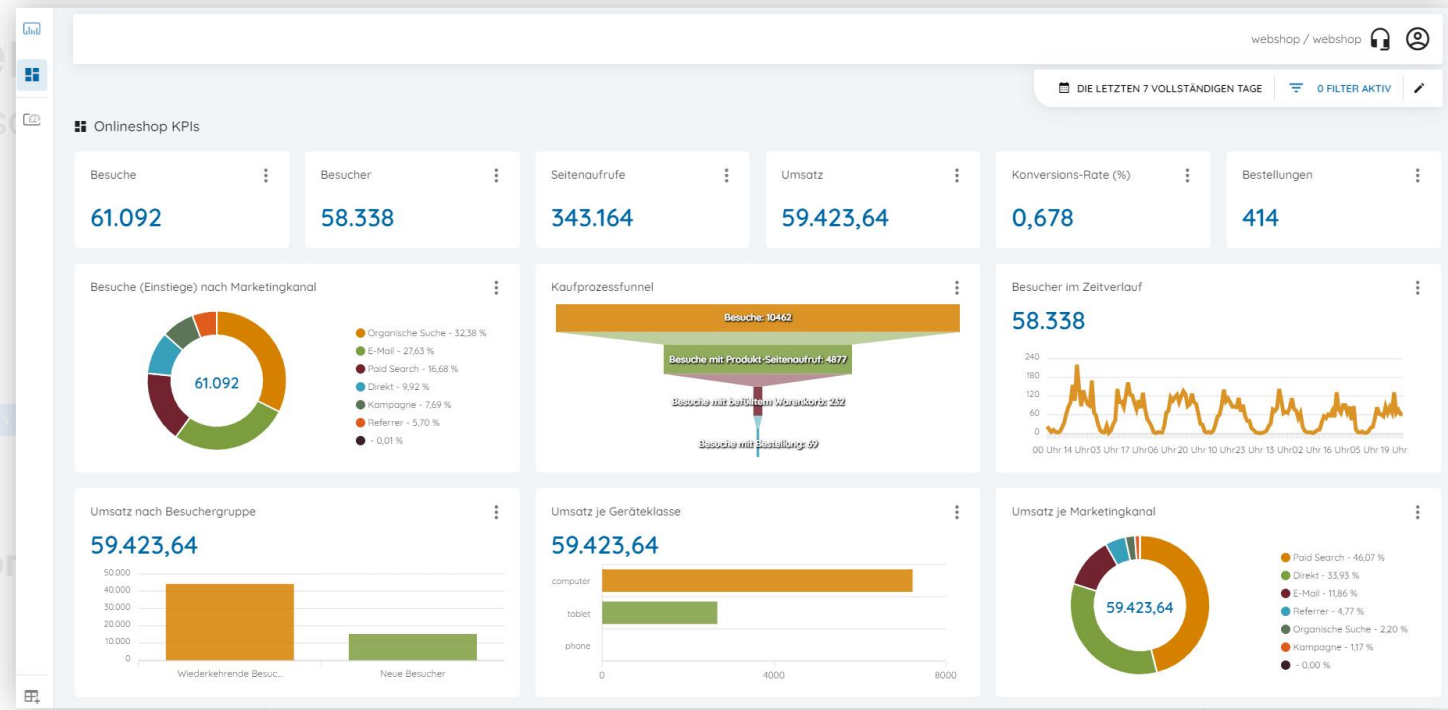


Customer Care



Customer Experience

Im Zusammenspiel unserer



Marketing Automation

Affinitäten

- Customer Lifetime Value
- AI-based Conversion Prediction
- Customer Segmentation
- Dynamische Personalisierung
- Second Order Push

Customer Data Platform (CDP)



Customer Insights & Web Analytics



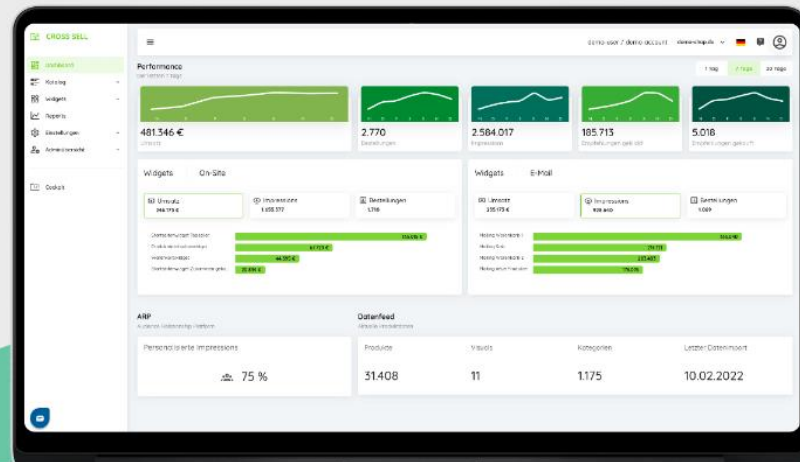
Customer Care



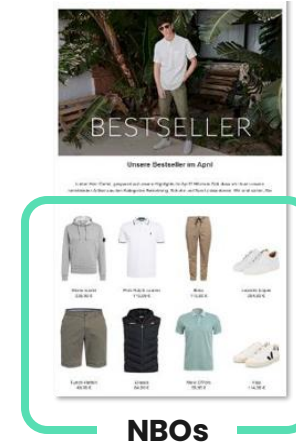
Customer Experience Platform

Im Zusammenspiel unschlagbar

Deine Recommendation Engine für mehr Umsatz.



AI-based Customer Prediction



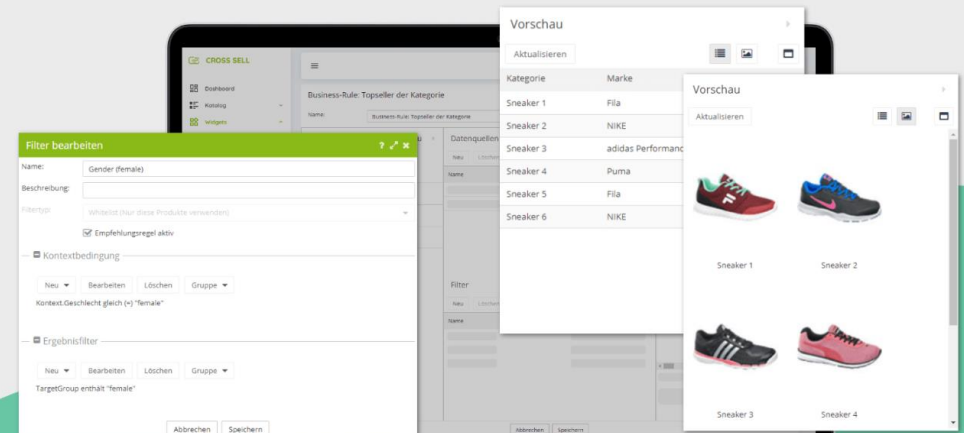
NBOs

Affinitäten



- Customer Lifetime Value
- AI-based Cancellation Prediction
- Customer Segmentation
- Dynamische Reaktivierung
- Second Order Push

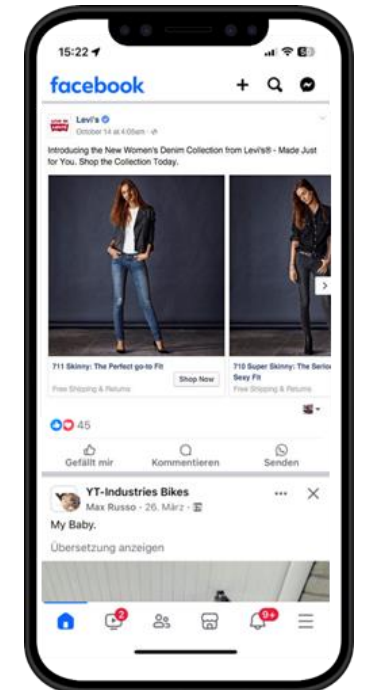
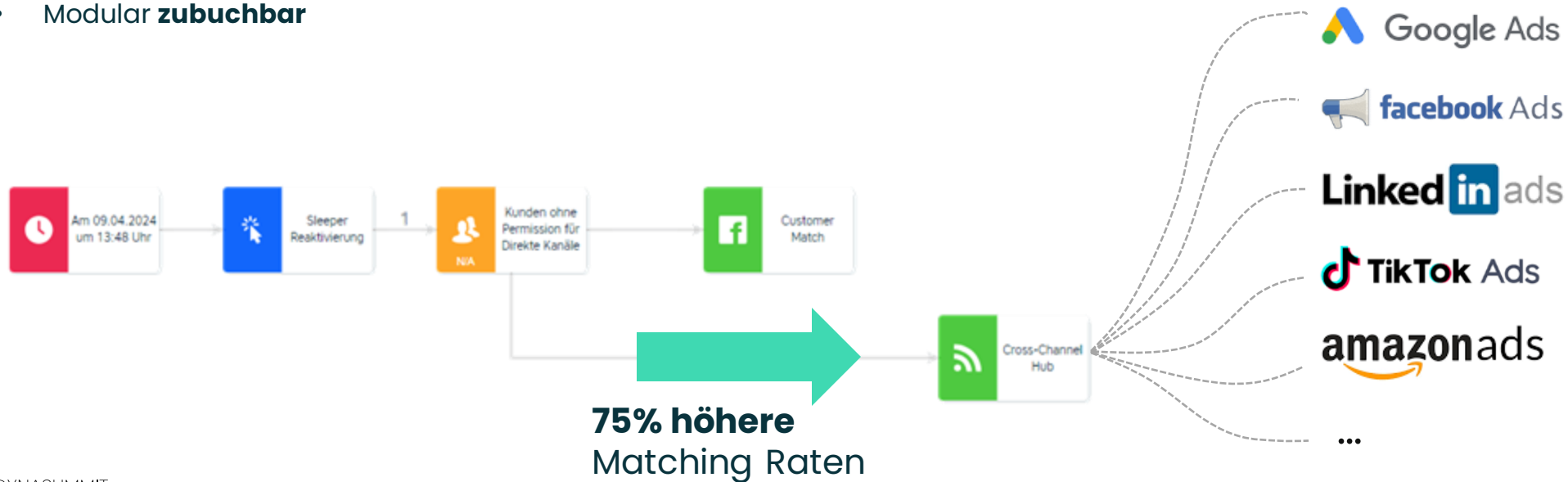
Bestimme, was Deine Kunden sehen.



Cross-Channel Hub

Mehr Reichweite via Desktop & Mobile Advertising, Video Marketing und Social Media Advertising

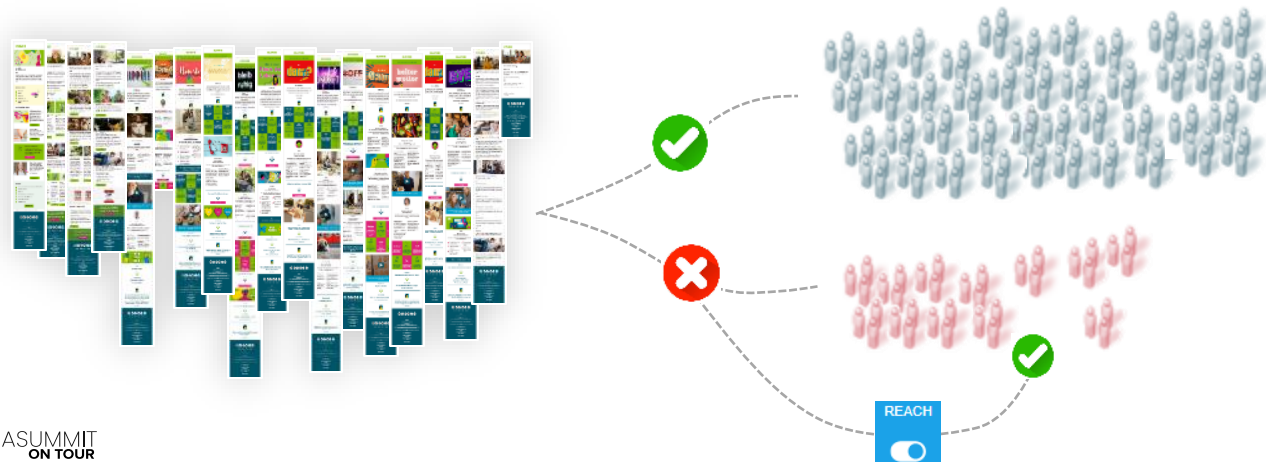
- Einfach **Audiences** in der CXP bilden und über **13 digitale Plattformen** ohne eigene Permission erreichen (egal ob als **Retargeting**, Cross-Channel Ansprache oder **Twinning** Kampagne)
- Blacklist Audiences zum Ausschluss von Bestandskunden
- **100% DSGVO** konform
- **75% höhere Matching** Raten im Vergleich zu stand-alone Services wie z.B. Facebook Customer Match
- Modular **zubuchbar**

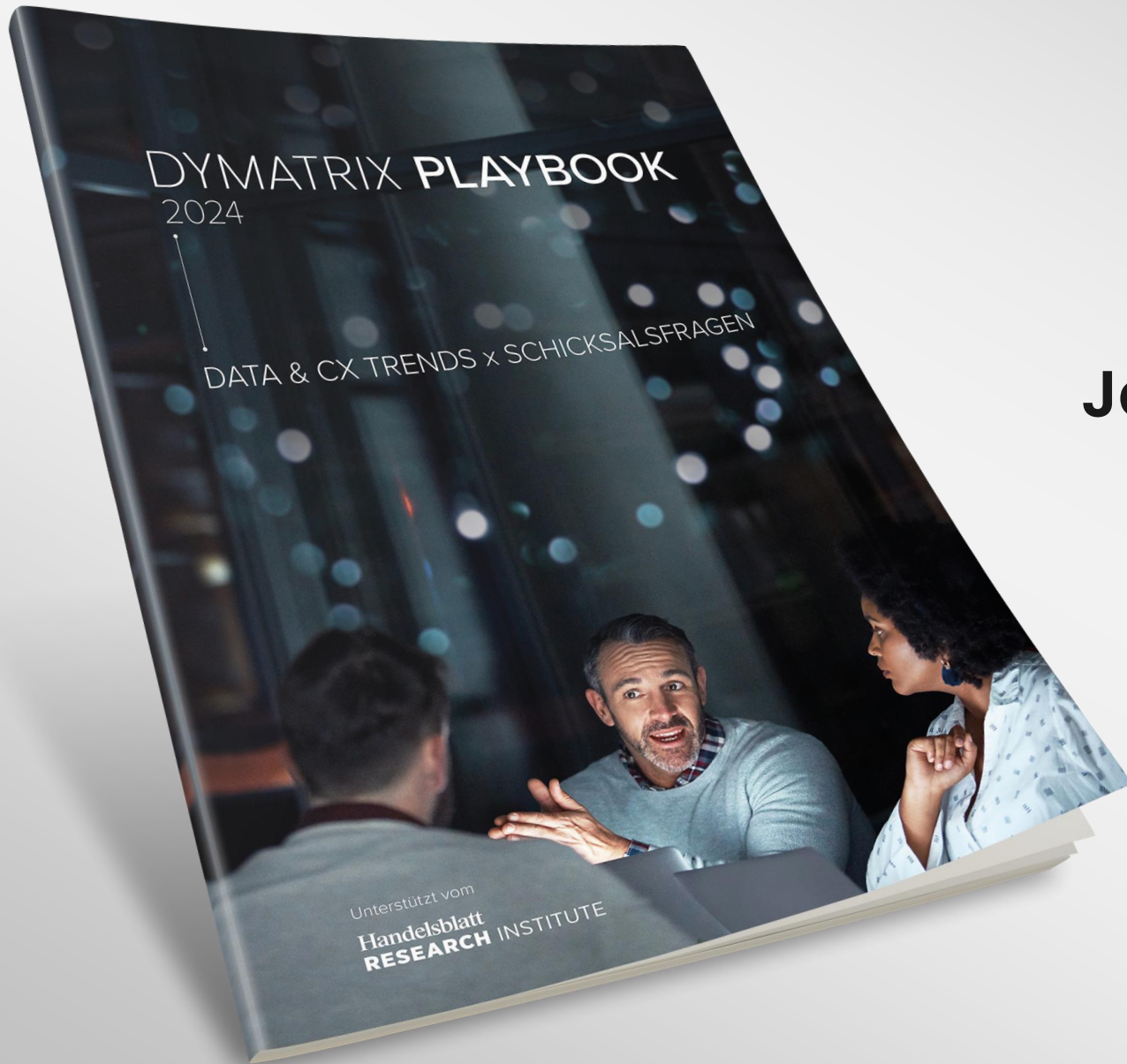


Cross-Channel Hub

Qualifizierte Verlängerung der Reichweite des eigenen E-Mail Marketings

- **Nicht** nutzbare **Audiences** aufgrund **fehlender** eigener Permissions
- Dieses **Potenzial** ist in der CXP **bezifferbar** und **bewertbar**
- Die **Lücke** zur **Aktivierung** dieses Potenzials schließt das **Cross-Channel Hub**
- Cross-Channel Hub beziffert mit **einem Klick**, welcher Anteile **erreicht** werden kann
- **Zubuchung direkt** aus der **CXP** pro Kampagne





**Jetzt Playbook
downloaden!**



Wie gehen Sie mit der drastisch steigenden Komplexität bei stagnierenden Ressourcen um?

1 Kennen Sie heute die Kund:innen, mit denen Sie morgen Ihre Wachstumsziele (über-)erfüllen wollen?

2 Ziehen Ihre Marketing-, Data- und Sales-Einheiten wirklich an einem Strang?

3 Wie viele Interessent:innen/Kund:innen verschenken Sie an Ihre Wettbewerber durch Brüche in der Customer Journey?

4 Marketing- und CX-Budgets und wie steigern Sie ihn für die Zukunft?

5 Heben Sie mit Ihrem MarTech-Stack wirklich Ihre Potenziale?

6 Nutzen Sie das volle Potenzial Ihrer First-Party-Daten zur Optimierung aller Kanäle?

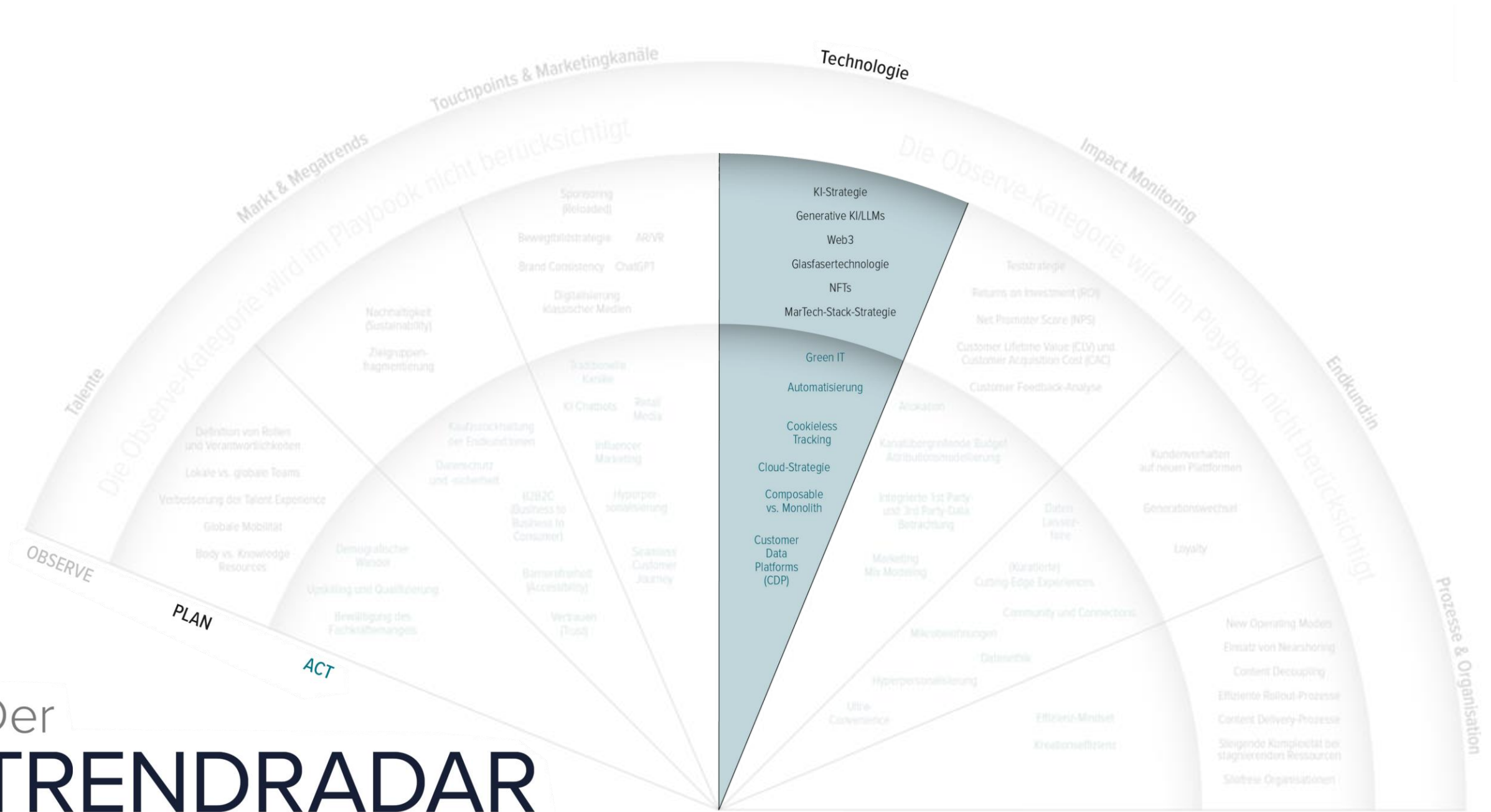
7 Wo und wie erfolgreich hebeln Sie mit künstlicher Intelligenz Ihr Geschäftsmodell?

8

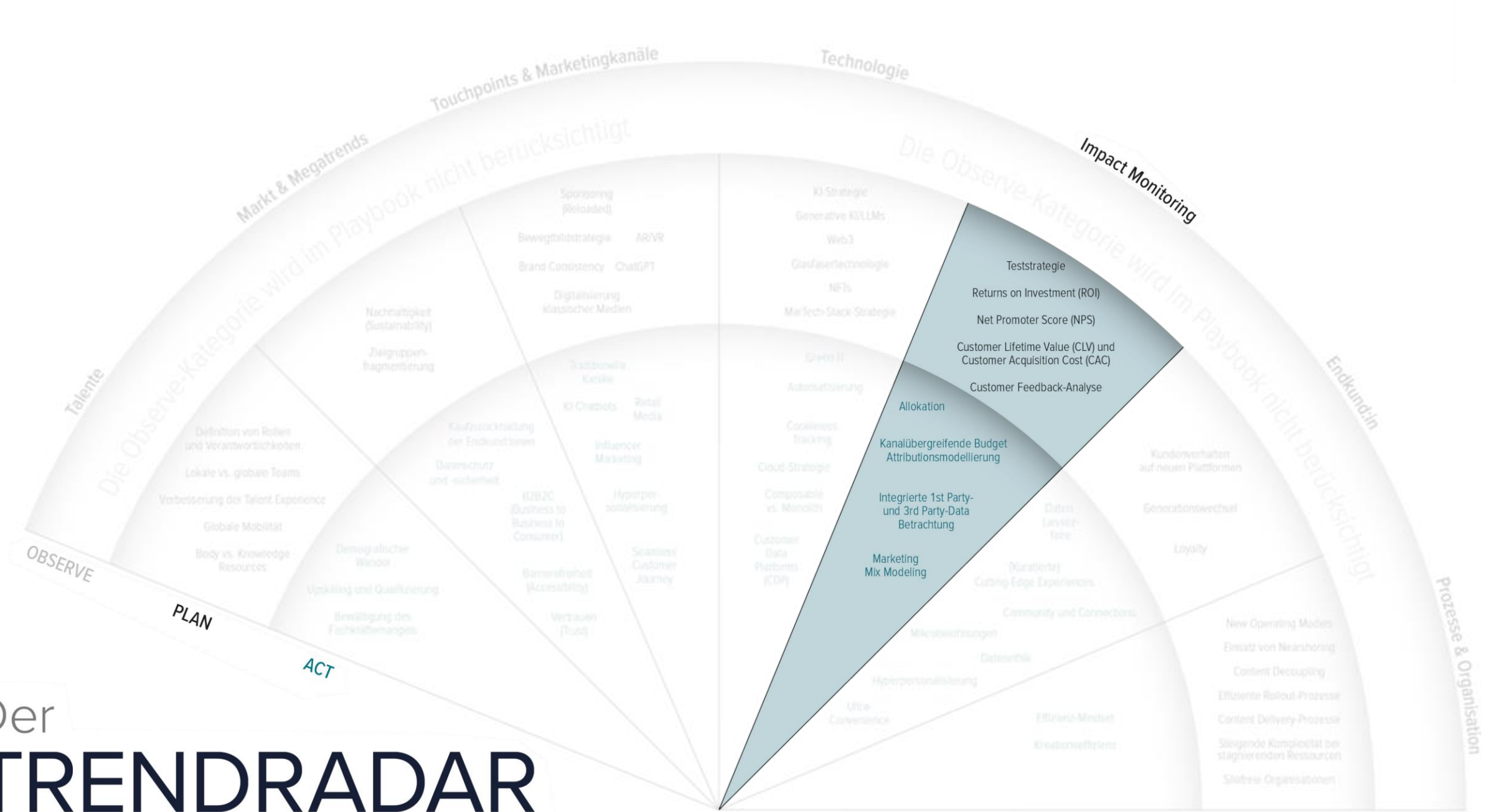
9

10

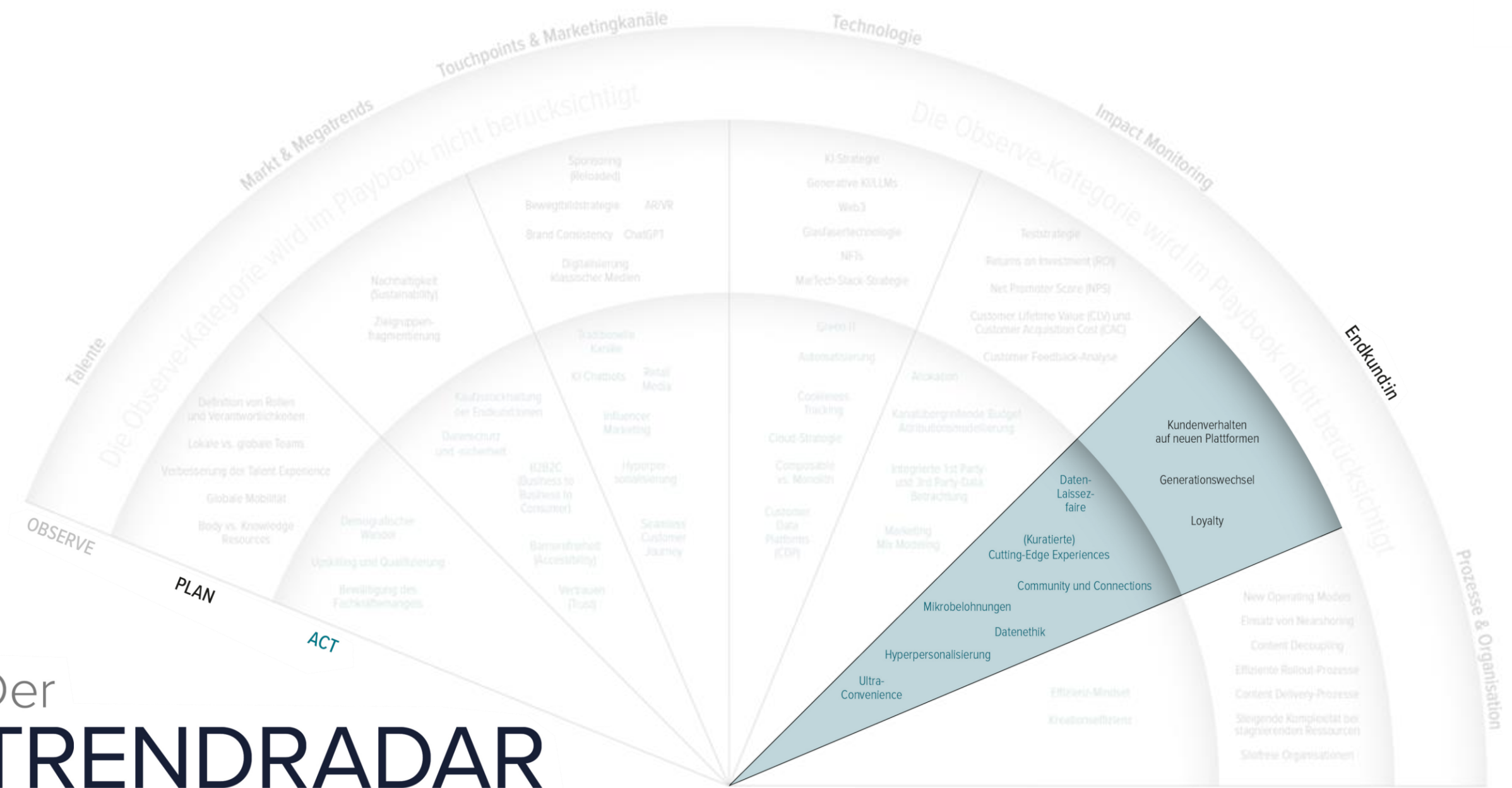
Der TRENDRADAR



Der TRENDRADAR



Der TRENDRADAR



IMPACT Monitoring als zentrales Handlungsfeld

„Ich weiß, die Hälfte meiner Werbung ist hinausgeworfenes Geld. Ich weiß nur nicht, welche Hälfte.“

– **Henry Ford** (*1863 †1947)