



# Die Reisebegleitung, die mitdenkt.

Ein Marketing-Automatisierungs-Case der Deutschen Bahn.

---

Frankfurt | 16. März 2020

# CRM Deutsche Bahn.

Ein kurzer Einblick, was wir tun.



2018 hatte die Deutsche Bahn 140 Mio. Fahrgäste im Fernverkehr. Das sind mehr als 383.000 Menschen täglich. In den nächsten zehn Jahren soll diese Zahl verdoppelt werden. Entsprechende Infrastrukturmaßnahmen sind notwendig, die auch bewältigt werden müssen.

Es ist herausfordernd, die aktuell 5,4 Millionen BahnCard Inhaber und 3,9 Millionen BahnBonus Teilnehmer mit Informationen sowie Mehrwert- und Service-Leistungen zu versorgen. Schließlich soll es gelingen, die Kundenzufriedenheit in allen relevanten Zielgruppen hochzuhalten und sie davon zu überzeugen, dass die Bahn das überlegene Mobilitätskonzept beim Reisen in die Metropolen ist. Denn der Personenverkehr der DB fährt mit 100 % Ökostrom und damit klimaneutral.

Das Ziel der CRM-Kommunikation: eine kontinuierliche kommunikative Begleitung des Kunden entlang der persönlichen Reisekette und seines Kundenlebenszyklus. Ausgesteuert nach seiner persönlichen Kanalpräferenz und dem aktuellen Verhalten.

Ob triggerbasierte Kampagnenauspielung oder Wertschätzungs-Kommunikation für Top-Kunden, alle Kampagnen sind durch drei Erfolgsfaktoren geleitet:

- Insight-basiertes Storytelling auf Basis der Markenwerte
- Automatisierung, die zielgruppenspezifisch und modular aufgebaut ist
- Smarte Datennutzung für mehr Relevanz, mit konsequenter Orientierung am Datenschutz

Für die Ausspielung der über 50 Millionen Mailings pro Jahr als E-Mailing oder postalisch und die Steuerung der Druck-Dienstleister bei den Offline-Mailings hat die DB eine Customized Middleware im Einsatz. Mit dieser individuellen Software-Lösung für die DB erfolgt der Datentransfer und die Datenaufbereitung, die Datenanalyse und die Datenverarbeitung sowie das Response-Tracking.

# Unser Ziel in 2019

---

Schaffung einer besonderen Customer Experience mit dem langfristigen Ziel: Steigerung der emotionalen Loyalität und Zufriedenheit.

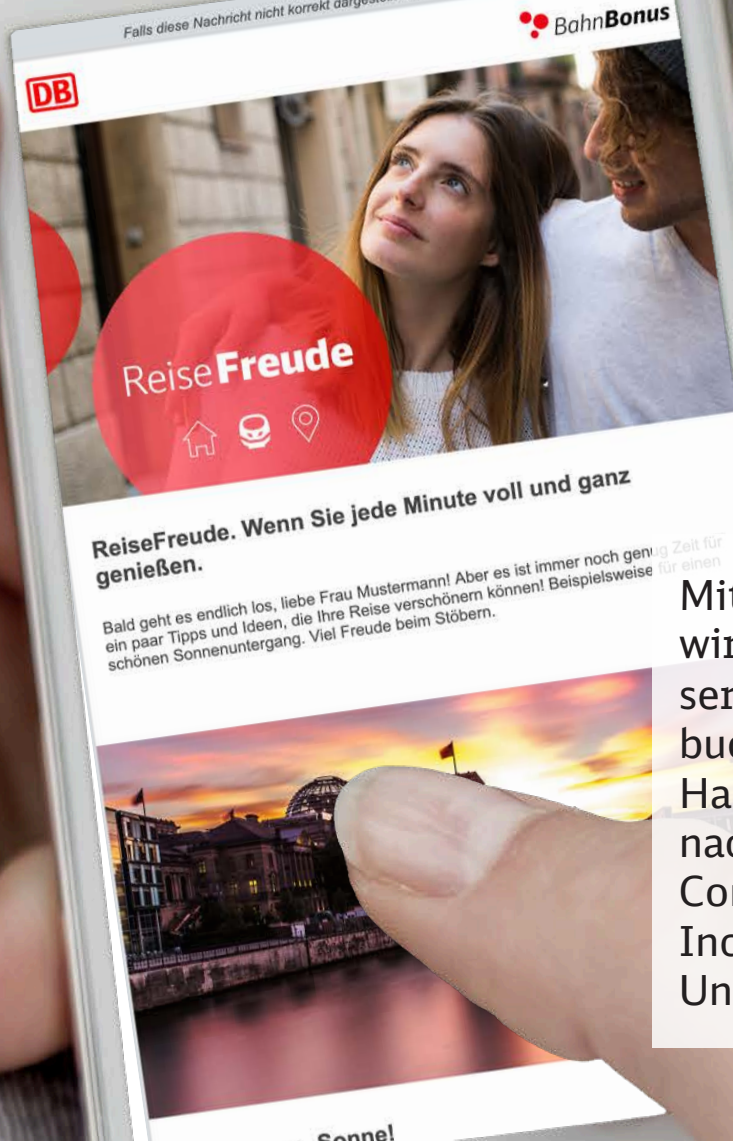


Die Idee:



# Die Reisebegleitung, die mitdenkt.

## Die Idee:



Mit der Reisebegleitung, die mitdenkt, begleiten wir unsere Kunden charmant, triggerbasiert und serviceorientiert per E-Mail, von der Reisebuchung über die Reise bis zur Rückkehr nach Hause. Dabei versorgen wir sie personalisiert und nach ihren Bedürfnissen mit inspirierendem Content, Services/Informationen und exklusiven Incentives rund um ihre persönliche Reise. Und das komplett automatisiert.

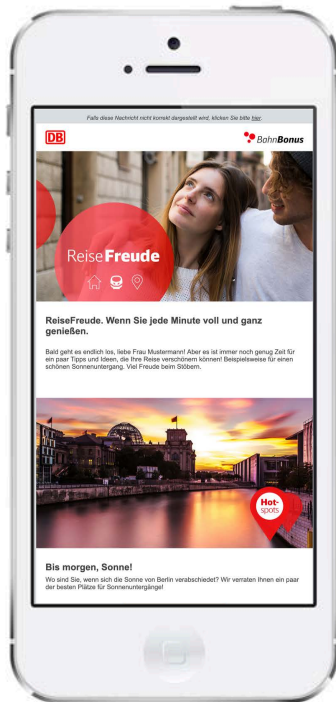


# Die Reisebegleitung, die mitdenkt.

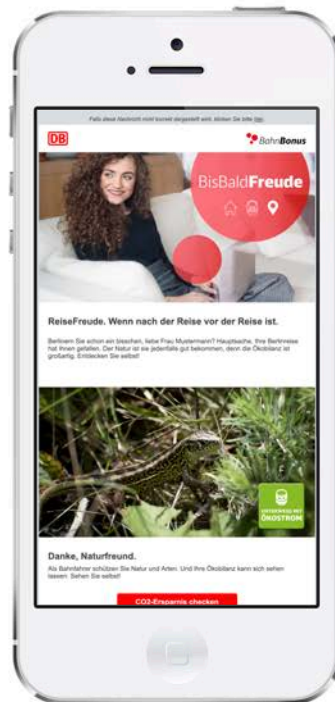
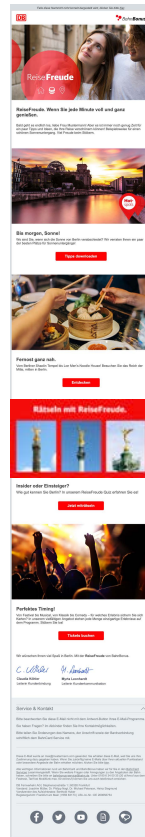
Inspirierender Content, Realtime-Data, exklusive Incentives, Entertainment ...



Vor der Reise



Zur Reise



Nach der Reise



**Für Radfahrer gibt es die  
passende Radtour für  
ihren City-Trip.**

### Vorfahrt fürs Rad.



Wer eine Stadt mit dem Rad erkundet, bestimmt das Tempo und hat Zeit für Details, die nicht im Reiseführer stehen. Radeln Sie, wir haben eine schöne Tour für Sie!

**Radtour downloaden**



**Für die entspannte Reise  
den Gepäckservice-Gutschein  
zum Zielort.**

### **15 % Rabatt auf Gepäckservice.**

Buchen Sie schnell noch den DB Gepäckservice 15 % günstiger und reisen Sie ganz unbeschwert. Online einlösbar für den Hermes Haus-zu-Haus-Versand von Normalgepäck in Deutschland.



**Gepäckservice-Gutschein\***  
**über 15 % Rabatt**

Gültig bis 15.09.2019

Ihr Gutscheincode

**MUSTER**



**Für Partylöwen gibt es  
Ausgeh-Tipps, die  
man nicht überall findet.**

**Showtime für Ihr Lieblings-Event.**



Worauf haben Sie Lust? Konzert, Comedy oder Klassik?  
Schlager, Sport oder Specials? Bühne frei für die große Auswahl  
von Events und Tickets!

**Event finden**

Insgesamt:  
380.000  
personalisierte Trigger\*

\*Stand: Feb. 2020





## Und wie funktioniert das?

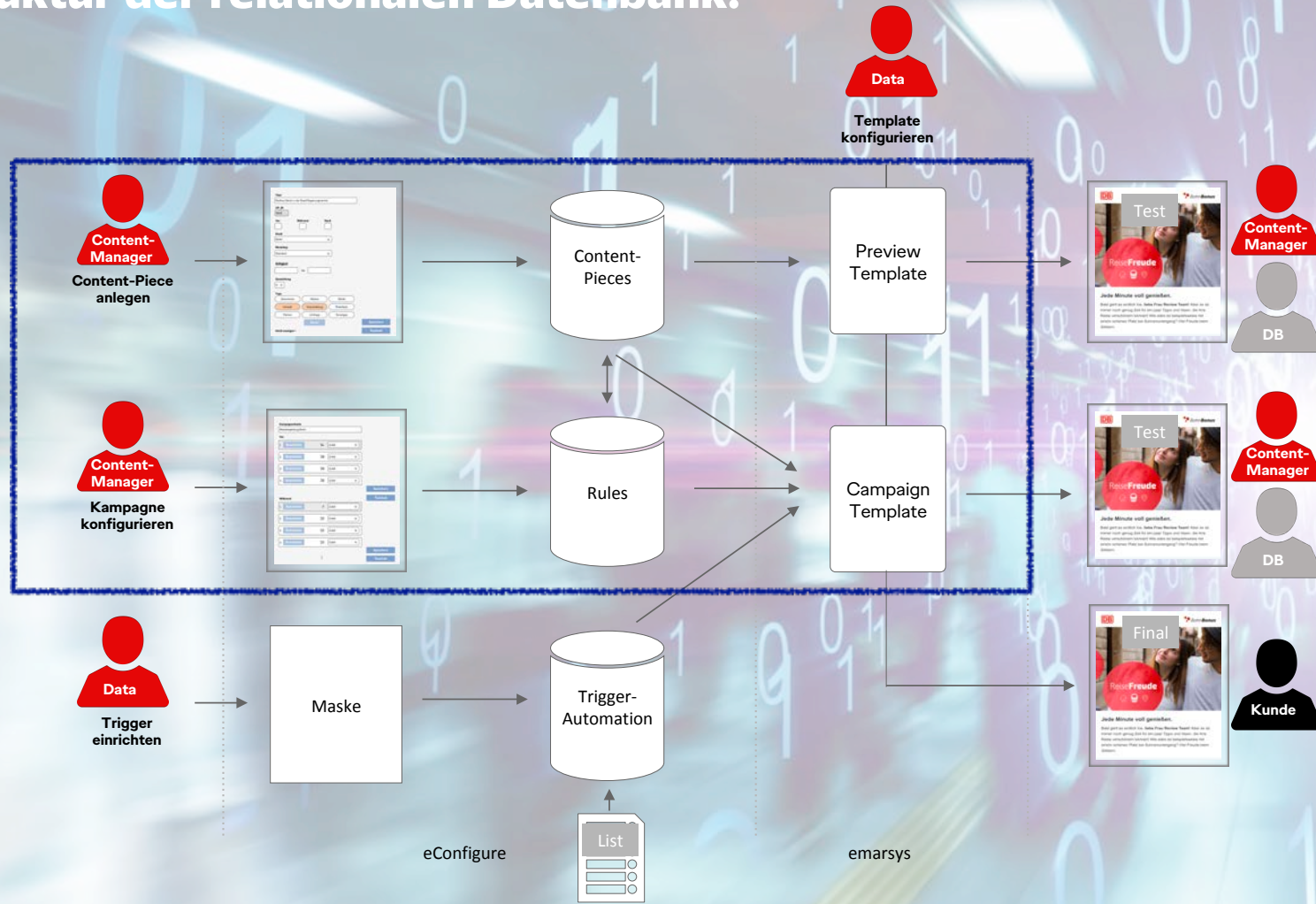


Erstmalig kombinierten wir unsere Kundendaten mit den Buchungsdaten als Grundlage für einen kontextuellen Triggerversand. In einem CMS, das an ein E-Mail-Marketing-System gekoppelt ist, wird eine Vielzahl an Content-Pieces produziert, die flexibel angesteuert werden können: vor, während und nach der Reise werden die Kunden mit der E-Mail-Strecke 3 mal kontaktiert.

Je nachdem, wohin man reist werden die Content-Pieces unterschiedlich zusammengestellt und mit Hilfe des E-Mail-Marketing-Systems täglich für ca. 2.000 Kunden automatisch generiert und versendet.

Ein tägliches Monitoring der Open- und Click-Rates ist grundlegend, um High- und Low-Performer in den Content-Pieces und in der Ausspielung zu identifizieren und weiter zu optimieren. Der Prozess erfolgt selbstverständlich DSGVO-konform.

# Die Struktur der relationalen Datenbank.



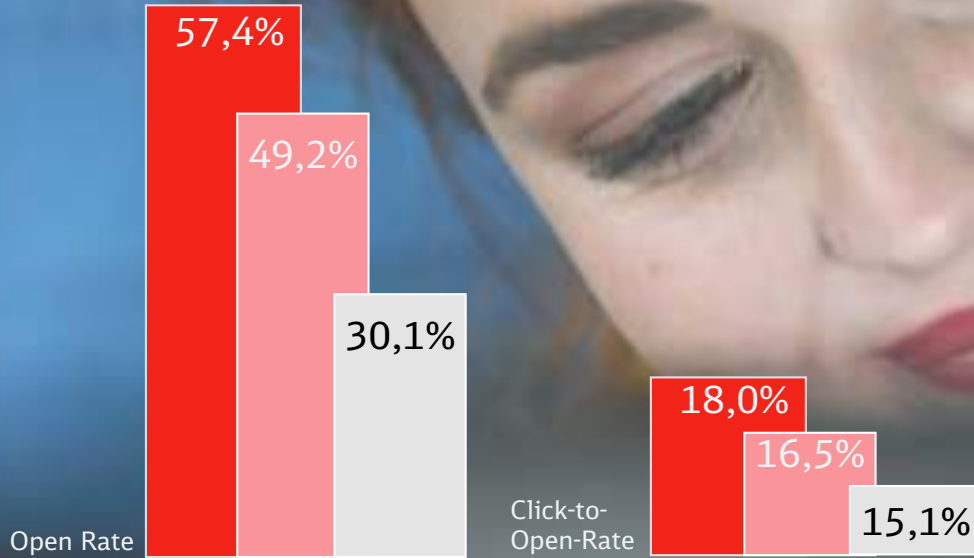


# Das Ergebnis

---

Die Kombination einer umfangreichen relationalen Datenbank und eines E-Mail-Marketing-Systems ermöglicht es, täglich ca. 2.000 Kunden komplett automatisiert und personalisiert anzusprechen.

# Die Ergebnisse für die mitdenkende Reisebegleitung liegen deutlich über Plan.



	Soll-Benchmark extern*	Soll-Benchmark intern	Die Reisebegleitung	Steigerung ggü. extern	Steigerung ggü. intern
OR	30,1%	49,2%	57,4%	+90,7%	+16,6%
CTOR	15,1%	16,5%	18,0%	+19,2%	+9,1%

\*Quelle: Episerver, E-Mail-Marketing Benchmark 2019



# Und das Beste

---

66 % aller Reisenden\*,  
die die Reisebegleitung per E-Mail erhalten,  
finden den neuen Service der Bahn  
gut oder sogar sehr gut.

\*Quelle: Emarsys 2020, Auswertung der Kundenzufriedenheitsbefragung

