

DMVÖ Marketing Automation Day 2023

sas X PREMEDIA



Lisa Kieseletter

Business Development &
Consulting



Michael Obermaier

Head of CX and MarTech Solutions
DACH Region



Unsere Kunden & deren Sorgenkinder

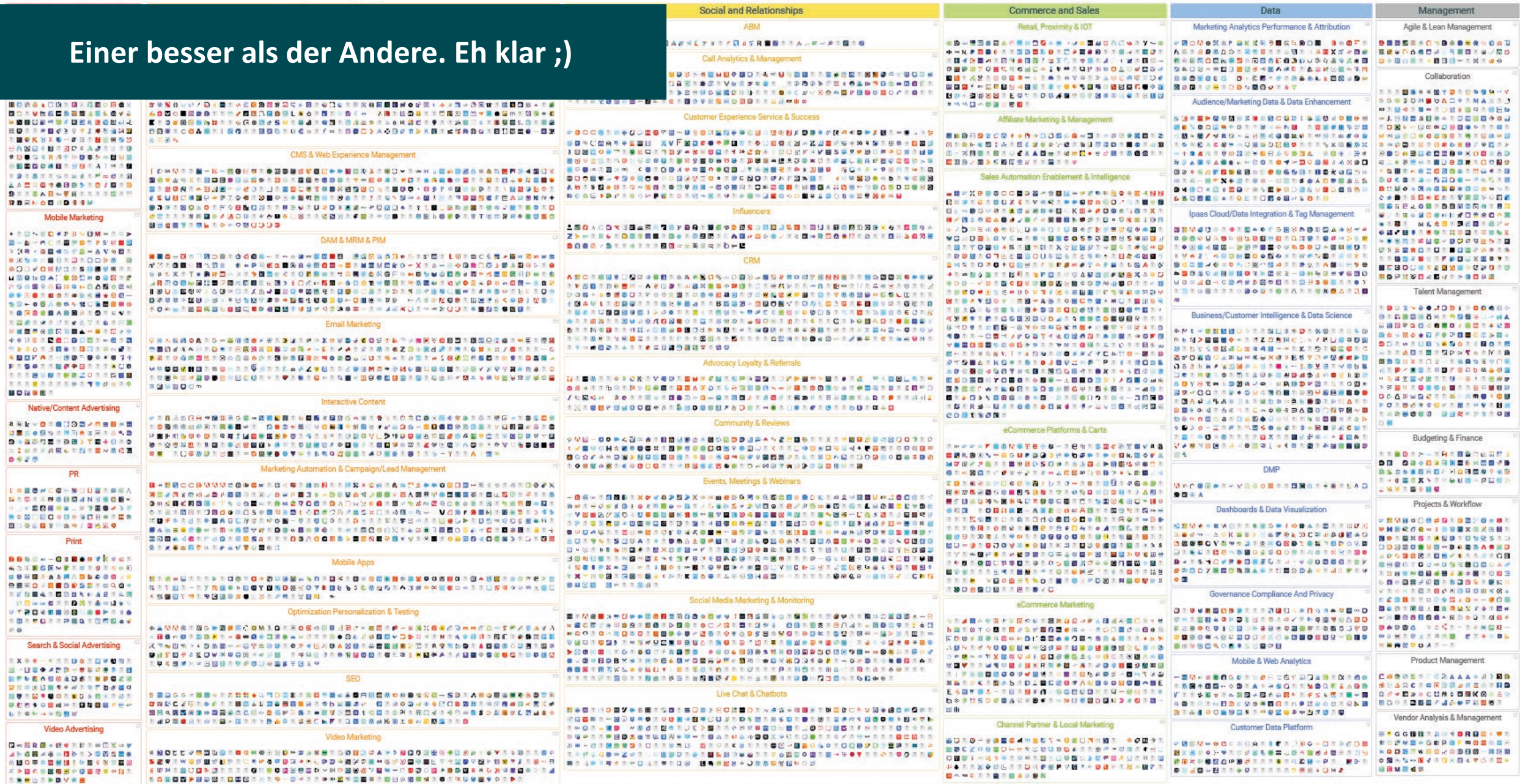
*Jetzt hab ich meinen
Content im Griff – aber
ich weiß nicht für
welchen Kunden was
geeignet ist*

*Mein Marketing erreicht
nicht mehr den gewünschten
Effekt: zu spät, zu wenig
treffsicher, zu viel
manueller Aufwand*

*Relevante Informationen
über den Kunden sind
überall verstreut
(Abteilungen, Techno-
logien) oder werden gar
nicht abgefragt*

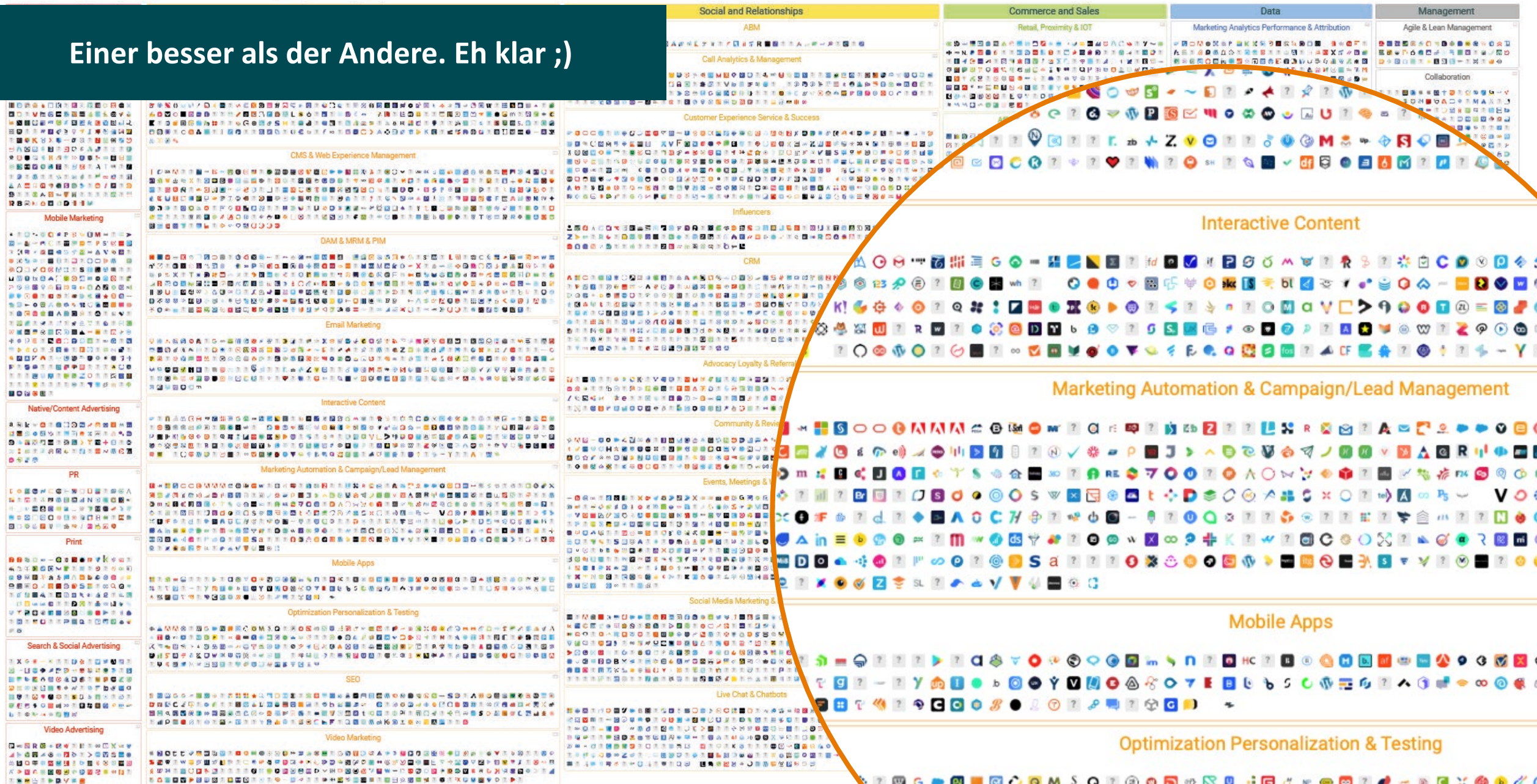
*Ich habe zu viele
blinde Flecken im
Reporting*

Einer besser als der Andere. Eh klar ;)



visit martechmap.com to search, sort & filter

Einer besser als der Andere. Eh klar ;)



Einer besser als der Andere. Eh klar ;)



100% Flexibel

Blick in die Zukunft

Eine Lösung

Daten beherrschen

Faktor Mensch



Faktor Mensch

sas X PREMEDIA

Marketing Modern Gedacht



\$3,2 Mrd Umsatz



8 Jahre Gartner MQ Leader
Enterprise Marketing Management



12.000 Mitarbeiter



27% R&D Investition



81.000 Kunden



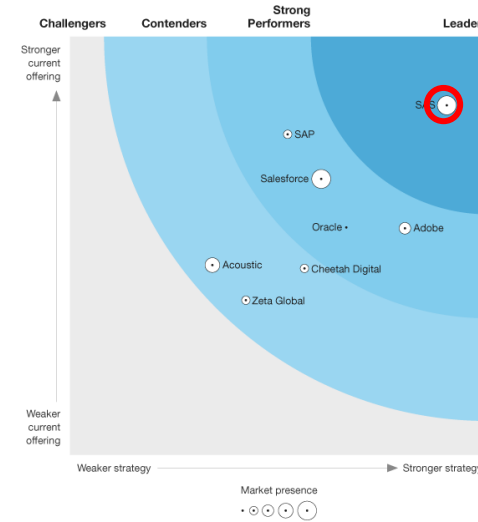
88 von 100



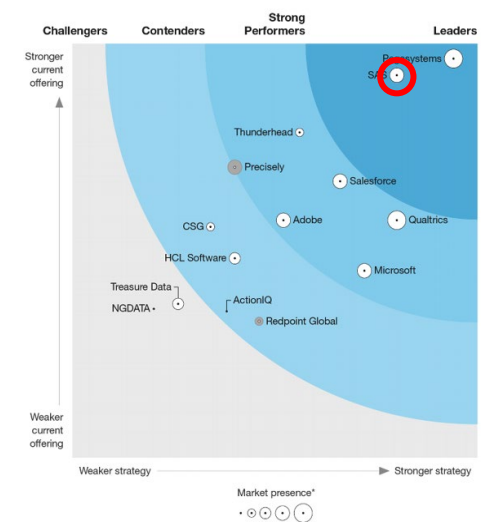
149 Länder



Innovationspreis
Fast Company Nominierung



Cross-Channel Campaign Management, Q2 2021



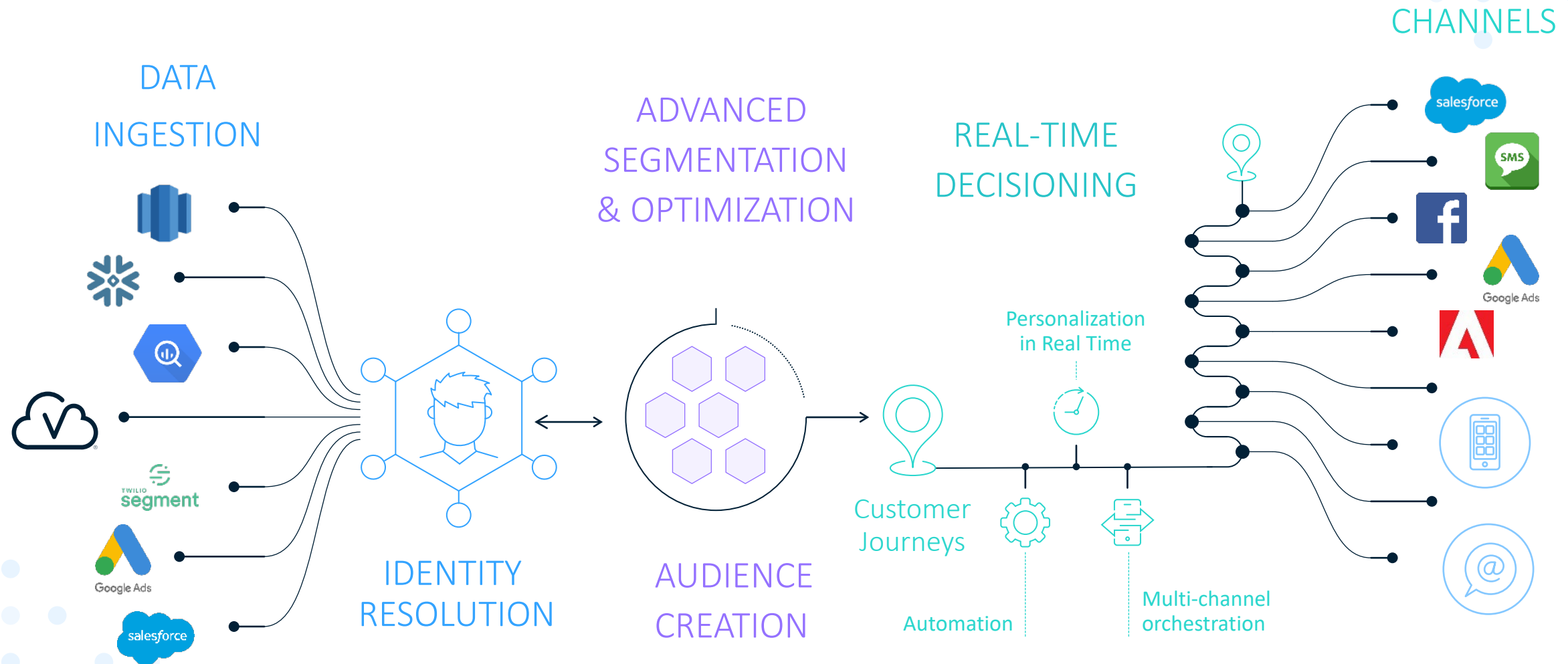
Real-Time Interaction Management, Q2 2022

“*Das Geheimnis der Kundenbindung ist das Zuhören. SAS hilft uns den Kunden wirklich zu verstehen und die Kommunikation über alle Kanäle hinweg zu orchestrieren.*”

Karl Bacher, Head of Customer Insights at Erste Bank Oesterreich



Daten getriebene End-to-End Marketing Orchestrierung





Lisa

Konsumentin

Möchte sich nach einem harten
Arbeitsstag mit Online Shopping belohnen

Liebt Schnäppchen & Aktionen

Shoppt gerne spontan und auf
unterschiedlichen Geräten

Sammelt gerne Punkte

Michael

Marketer

Möchte für seine Kund*innen
personalisierte Erlebnisse schaffen.



Liebt loyale Kund*innen

Bietet relevante Angebote und
durchgängige Kundenreisen

Sammelt gerne Kundendaten

SHOW TIME



Shop Now

Golf Deals



A/B Test

Thank you for your recent technology purchase. An additional discount is waiting for you on your next visit.



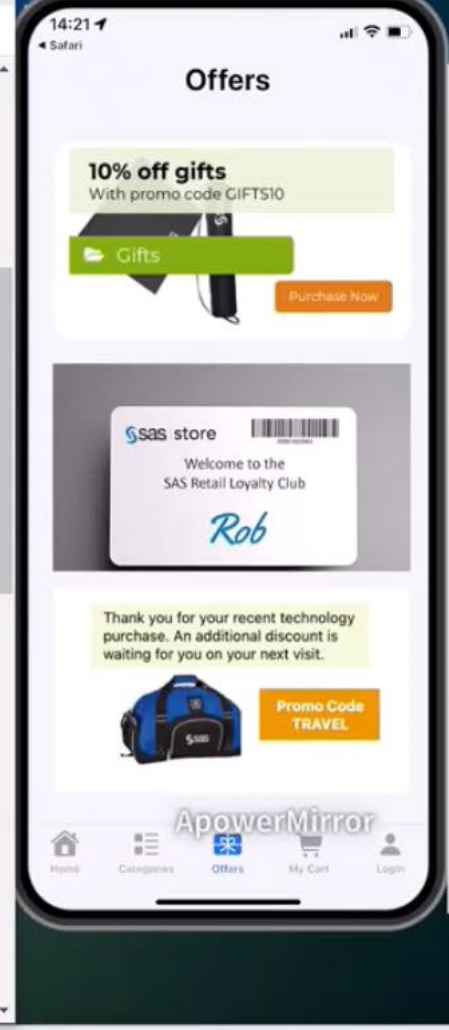
Promo Code TRAVEL

5% off technology products
With promo code TECH5
**must spend minimum of \$10*



Purchase Now

Featured product



CI360 Event Inspector - PRDRET1

https://www.cidemo.sas.com/ci360eventinspector/prdret1.html

Detailed Events - prdret1

Time	channelType	page_title	eventname	product_name	login_id
> Dec 6, 2022 @ 14:21:35.911	mobile	-	impression_viewable	-	rob.sneath.demo8
> Dec 6, 2022 @ 14:21:35.911	mobile	-	activity_flow_in	-	rob.sneath.demo8
> Dec 6, 2022 @ 14:21:34.753	mobile	-	impression_viewable	-	rob.sneath.demo8
> Dec 6, 2022 @ 14:21:34.549	mobile	-	impression_viewable	-	rob.sneath.demo8

1-50 of 171

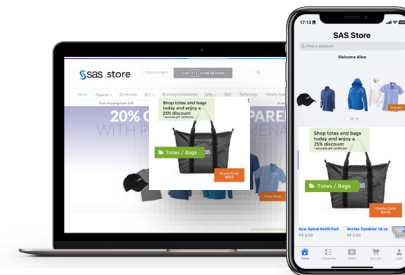
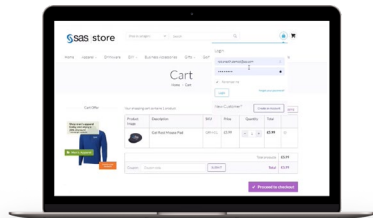
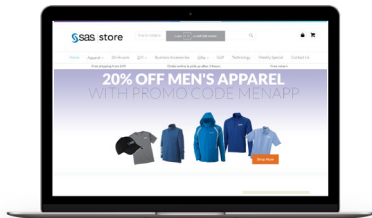
FRONT STAGE

Erster Website Besuch

On-site Retargeting, Promotion, Check-out

Next Best Action Loyalty Club & Cross-Sell

Next Best Offer Cross-Channel



NBA

NBO



BACK STAGE

Alter	33
Bez. Status	Partner
Kind(er)	1 (2J)
Shop Nähe	10 km
Affinity	Technik Sport Reisen
NBA	Loyalty C
NBO	Tote Bag

- Real-time Tracking gestartet
- Identity Check
- Profil-Aufbau & Anreicherung
- Mgl. Audience Export für Offsite Retargeting

- Warenkorb Abrecher Promo
- Identity Stitching & Zusammenführen mit historischen Daten

- Kontext basierte Next Best Action (Loyalty Club Sign-up) ausspielen
- Affinity Scoring & KI-basierte Echtzeit Personalisierung

- Cross-Device Tracking und Profil-Anreicherung
- Loyalty Club Engagement
- Omni-Channel Auspielung eines Next Best Offers

Die Customer Journey

Behind The Scenes

Activity Map Properties Orchestration Insights

Start +1 +2

Tech Product View

Tech Product Vie...

Tech Add to Cart v5

Tech Purchase Th...

SMS Order Recei...

+5

+6

Added to the Wallet
Primary Metric
Immediately

Mobile

Dear %%DATAHUB.identities_360.forename%%,
Thank you for your recent technology purchase.



This could be you if you sig
to the SAS Retail Loyalty
program.

In addition, if you make a another purchase within the
we'll gladly add 100 points to your account.

Customer Data

Audience source: Customer Visit Data - Snowflake

Include the following:

- Age
- Billing City

AND

OR

Attributes

- Account Number
- Account Creation Date
- Age

Conversion Rate: 7.79%

Lift: -38.52%

Variant Name	Unique Users	Unique Conversions
10% Discount	72,965	7,150
25% off Building & Contents	75,254	4,534
\$50 Cashback	72,494	1,508

25% off Building & Contents DISCOVERED SEGMENT WINNER: 1

44.46 | Income < 46000 | Revenue Last 12 Mnth >= 5618.69



Personalisierte
Services



Nahtlose
Erlebnisse



Unmittelbar
verfügbar



Überall &
in Echtzeit



Sicher &
Transparent

Marketing Automation Day Angebot

Kostenfreier Customer Engagement Workshop



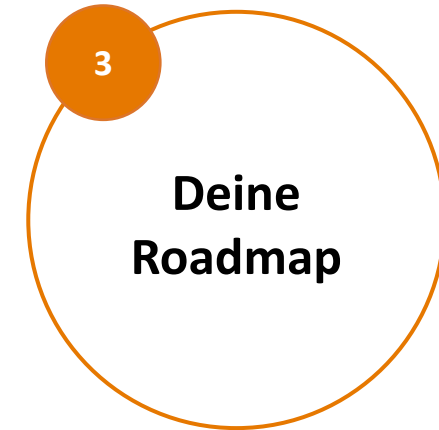
DEINE ERGEBNISSE



Analyse des Reifegrads mit Schwerpunkt auf: Strategie, Ziele, Aktivitäten, Prozesse, Fähigkeiten und Herausforderungen



Identifizierung einer Reihe von **hochwertigen ROI-Entwicklungsinitiativen**, die es ermöglichen, ein profitables Wachstum der Kundenengagement-Effektivität zu erzielen



Bewertung und Priorisierung der Entwicklungsinitiativen innerhalb einer Roadmap, um die identifizierten Vorteile zu erreichen

Kostenfreier Customer Engagement Workshop

UND SO EINFACH GEHT'S

1

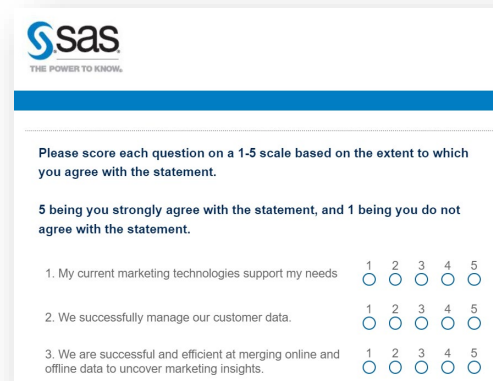
Kostenlos anmelden



<https://www.premedia.at/l-customer-engagement-transformation-workshop/>

2

Online Fragebogen ausfüllen

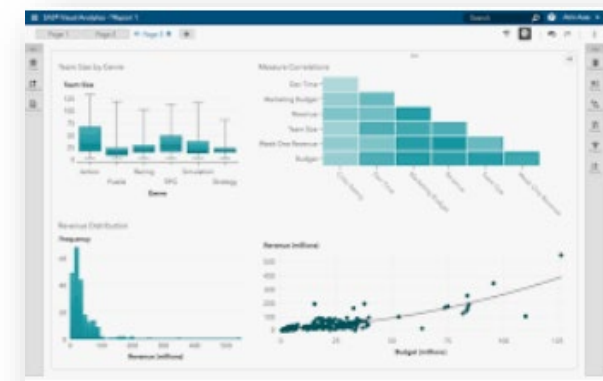


The screenshot shows the SAS logo at the top left. Below it, the text reads: "Please score each question on a 1-5 scale based on the extent to which you agree with the statement." and "5 being you strongly agree with the statement, and 1 being you do not agree with the statement." There are three questions listed, each followed by a 5-point Likert scale (radio buttons labeled 1 to 5).

Question	1	2	3	4	5
1. My current marketing technologies support my needs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. We successfully manage our customer data.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. We are successful and efficient at merging online and offline data to uncover marketing insights.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3

Erstbewertung und Workshop erhalten





Lisa Kieseletter

Business Development &
Consulting



Michael Obermaier

Head of CX and MarTech Solutions
DACH Region

