

Pressemitteilung

Deutsche Messe und DYMATRIX intensivieren langjährige Zusammenarbeit

Ganzheitliches Kundendatenmanagement auf neuem Level

Stuttgart, 02.08.2016 – Das neue strategische Projekt „rollenübergreifendes Kundendatenmanagement“ führt zur weiteren intensiven Zusammenarbeit der Deutsche Messe AG und der DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH. Seit circa 10 Jahren ist die DYMATRIX für die Deutsche Messe tätig und kann mit einem tiefen Prozessverständnis und einer ausgeprägten Analysekompetenz überzeugen.

Die Deutsche Messe in Hannover generiert mit rund 40.000 Ausstellern und ca. 3,9 Millionen Besuchern, aus mehr als 100 Ländern, pro Jahr viele Geschäftsbeziehungen sowie eine große Menge an Kunden-/Partnerdaten.

„Wir freuen uns, dass wir gemeinsam mit DYMATRIX neue Wege gehen. Denn die Herausforderung besteht darin, die Fülle an Daten und Profilinformatoren so zu erfassen und intelligent zu strukturieren, dass sich dabei neue datenbasierte Geschäftsansätze ergeben. Und dies ist nur mit Hilfe eines verlässlichen und kompetenten Partners, wie DYMATRIX, möglich“, meint Frau Dr. Katja Neubauer, Leiterin Besuchermanagement Deutsche Messe AG.

Ziel des Projekts ist es, sämtliche Stakeholder der Deutschen Messe in den Fokus zu stellen und in ihren unterschiedlichen Rollen abzubilden bzw. zu erfassen. Voraussetzung hierfür ist der Aufbau einer intelligenten Datenbasis in Form einer zentralen Cross-Channel Marketing Datenbank, die sowohl den B2B als auch B2C Fokus abbildet. Die Daten werden dafür analytisch aufbereitet und integriert, sodass eine State-of-the-Art Kundeninfrastruktur entsteht und ein intelligentes Data-Driven Marketing möglich wird.

Die seit Jahren bewährte und bereits von der Deutschen Messe genutzte Marketing Automation Lösung DynaCampaign kommt hierbei zum Einsatz. Für die Durchführung und

Automatisierung der analytischen Fragestellungen wird die Customer Analytics Plattform DynaMine von DYMATRIX implementiert.

„Datengetriebenes Marketing steht für das Sammeln sowie Auswerten von Datenbeständen und auf diesen Ergebnissen abgeleitetes Handeln – was biete ich meinem Kunden/Interessenten als nächstes an bzw. welche Aktion wäre die beste? Ziel ist es, mit diesem datenfokussierten, analytischen Ansatz Relevanz zu schaffen und damit die Conversion Rate sowie die Zufriedenheit der Aussteller und Besucher zu erhöhen“, so Thomas Dold, Geschäftsführer DYMATRIX.

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.383

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über ein Belegexemplar

Über DYMATRIX

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist einer der führenden deutschen Lösungsanbieter für die Themen **Customer Analytics**, **Marketing Automation** und **Kampagnenmanagement**. Der Fokus liegt dabei auf dem Auf- und Ausbau von Kundenwissen als Basis für erfolgreiche Unternehmenssteuerung und effizientes Marketing. Die Analytiker der DYMATRIX verfügen über branchenübergreifendes Know-how aus über 1000 Projekten im Mittelstand und bei DAX-notierten Großunternehmen, bei Spezialanbietern sowie Marktführern.

Die Softwarelösungen basieren auf den jahrelangen Erfahrungen der DYMATRIX. Mit diesen Lösungen können Unternehmen ihre Kunden/Interessenten mit individualisierten Angeboten kanalübergreifend ansprechen. Sie können dadurch passende und inhaltlich relevante Botschaften und Angebote zum passenden Zeitpunkt, und damit auch in Echtzeit, über alle In- und Outbound-Kanäle anbieten. Basis bildet die integrierte Web- und Kundenanalyse, welche auf dem **historischen und gegenwärtigen Kundenverhalten** aufbaut.

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist seit August 2014 Teil der PI/A Performance Interactive Alliance, einer der führenden Unternehmensgruppen für Digital Strategy, Marketing und Analytics Automation sowie Services.

Mehr Informationen unter www.dymatrix.de

Pressekontakt:

Franziska Pöhlmann

Telefon: +49 711 22 007 88-69

Telefax: +49 711 22 007 88-88

E-Mail: f.poehlmann@dymatrix.de