



© Eyepin/Tarzer

Das Geschäft mit der Automation

Für eyepin sind Künstliche Intelligenz und personalisierte Ansprache das Erfolgsrezept.

WIEN. Franz J. Kolostori, Geschäftsführer des E-Mail-Marketing-Spezialisten eyepin, verrät, welche Trends und Technologien den Markt 2020 dominieren werden.

medianet: *Das Jahr neigt sich dem Ende zu. Welche Trends und Technologien haben das Online-Dialogmarketing beherrscht?*

Franz J. Kolostori: Immer mehr Unternehmen haben erkannt, dass nicht ihre eigenen Botschaften und Ziele im Mittelpunkt stehen dürfen, sondern die Empfänger und ihre Bedürfnisse. E-Mail-Newsletter müssen mit relevanten Nachrichten informieren oder unterhalten – und dies erreicht man nur, wenn man seine Kunden

kennenlernt. Beispielsweise, indem man sie schon bei der Newsletter-Anmeldung zu ihren Interessensgebieten befragt, oder indem Daten, wie etwa das Newsletter-Leseverhalten, getätigte Anfragen, Buchungen und Bestellungen, analysiert werden.

medianet: *Künstliche Intelligenz scheint hier mehr und mehr an Bedeutung zu gewinnen...*

Kolostori: Richtig. Künstliche Intelligenz macht vieles smarter – auch das Online-Dialogmarketing. Wir haben dafür mit eyepin Fire ein digitales Assistenzsystem entwickelt, das E-Mail-Kampagnen automatisch aussteuert und die richtigen Inhalte zur richtigen Zeit versendet – und zwar individuell nach

Empfängerprofil. Fire *lernt* von jeder Rückmeldung des Empfängers und passt sich laufend seinem Leseverhalten und Interessen an. So können zum Beispiel unterschiedliche Inhalte, je nach Tageszeit, angezeigt werden. Die Inhalte werden erst bei Öffnung der E-Mail generiert.

medianet: *Ist KI-getriebenes Online-Dialogmarketing derzeit noch eine Nische?*

Kolostori: Nein – das bestätigt auch die Marktforschung: Laut Grand View Research wird der Markt für Marketing-Automation-Software im Jahr 2025 rund sieben Milliarden Euro betragen. Wir selbst planen, in den nächsten drei Jahren mehrere Millionen Euro in den Ausbau von eyepin Fire zu investieren.

Im Interview

Franz J. Kolostori ist Geschäftsführer des E-Mail-Marketing-Spezialisten eyepin.

medianet: *In welche Richtung wird sich das Online-Dialogmarketing 2020 entwickeln?*

Kolostori: E-Mail Re-Marketing ist für die personalisierte Ansprache ein weiteres, wichtiges Element und darüber hinaus eine große Umsatz-Chance für Onlineshops. Es kann zum Beispiel das Geschäft zum Black Friday oder zu Weihnachten, welches ohnehin Jahr für Jahr alle Rekorde bricht, zusätzlich unterstützen. Mittels E-Mail-Re-Marketing kann man all jene ansprechen, die Produkte in ihre Warenkörbe legen, ohne schließlich auf den ‚Kaufen‘-Button zu klicken. Professionell umgesetzte Erinnerungs-Kampagnen, die sich individuell an die so-

”

Künstliche Intelligenz macht vieles smarter – auch das Online-Dialogmarketing.

Franz J. Kolostori
eyepin

“

genannten Webshop-Abbrecher richten, können die Conversion Rate in beachtliche Höhen treiben. Studien zufolge (Quelle: Forrester Research, 2018) kann Re-Marketing über individuelle E-Mail-Newsletter im Vergleich zu allgemeinen, nicht gezielt eingesetzten Mailings bis zu viermal höhere Erträge generieren. Last but not least sind auch Interaktivität und Gamification große Themen im E-Mail-Marketing – hier ist jedoch noch etwas Luft nach oben, denn viele E-Mail-Clients spielen hier durch technische Beschränkungen noch nicht ganz mit. (gs)