

EVALANCHE ÜBERZEUGT IMMER WIEDER ENTLANG DER FUSIONSGESCHICHTE VON PAYONE

Als fusionserprobtes Unternehmen stand die PAYONE GmbH vor der Herausforderung, alle Strukturen ihrer Teilunternehmen zu vereinen und dem Marketing-Team ein Tool an die Hand zu geben, das einfach und intuitiv bedienbar ist. Gemeinsam mit dem Evalanche-Goldpartner entergon hat der Finanzdienstleister sein Customer Relationship Management (CRM) vereinheitlicht und das CRM-System dank des richtigen Konnektors mit der Email Marketing Lösung Evalanche vereint.

Die [PAYONE GmbH](#) ist ein Gemeinschaftsunternehmen des französischen Zahlungsverkehr- und Transaktionsdienstleisters Worldwide und der DSV-Gruppe und bietet bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten. Mit Hauptsitz in Frankfurt am Main beschäftigt der Payment-Service-Provider aktuell 1.600 Mitarbeitende. Die Firmengeschichte von PAYONE prägen zahlreiche Fusionen: 2017 fusionierte die Firma mit B+S Card Service, 2018 mit der Ingenico Group. 2020 schlossen diese sich an Worldwide als Mutterunternehmen an. Durch die Fusionshistorie des Fintech-Unternehmens war das Email Marketing geprägt von verschiedensten Tools, einem Wildwuchs an Formularen und wenig Struktur. „Wir standen aufgrund der Fusionen immer wieder vor der Aufgabe, unsere Tools und Strukturen zu hinterfragen, erneut zu vereinheitlichen und damit den größtmöglichen Nutzen für unser sich wandelndes Unternehmen zu schaffen“, erklärt Alexander Rosenthal, Associate Director Customer Journey Marketing bei PAYONE. „Also kam irgendwann unweigerlich die Frage auf: Welche Lösung hat das Potenzial, zu unserer Zukunfts-Solution zu werden, und welcher Dienstleister kann das Set-up bieten, das wir brauchen?“

PROJEKTFAKTEN

Branche:

Finanzdienstleister

Unternehmen:

PAYONE GmbH

Unternehmensgröße:

1.600 Mitarbeitende

Projektschwerpunkte:

Vereinheitlichung der Systemlandschaft im Bereich Marketing

Beteiligte Systeme:

Evalanche, Salesforce

Highlights:

CRM-Marketing-Automation-Integration

Ziele:

Vertriebsentlastung, reibungslose Datenflüsse, 360-Grad-Kundensicht

Herausforderung:

fusionsbedingt fehlende Strukturen, Datenzuordnung zwischen Salesforce und Evalanche

Ergebnisse:

effizienteres Email Marketing, Datensynchronisation zwischen CRM und Marketing Automation



DIE AUSGANGSSITUATION

Upgrade für das Email Marketing

In über zehn Jahren Fusionsgeschichte begegnete PAYONE einer Reihe an Marketing-Tools und -Dienstleistern. Auf eine Empfehlung der B2B-Kommunikationsagentur Möller Horcher hin holte die B+S Card Service im Jahr 2016 entergon mit ins Boot, einen Cloud- und Full-Service-Anbieter und Partner von SC-Networks, Hersteller der Marketing Automation Lösung Evalanche. Aus dem damaligen Auftrag, Email Templates zu professionalisieren und verschiedene Content-Variationen übersichtlich zusammenzubringen, entstand im Laufe der Fusionierungen ein viel größeres Projekt für entergon: das Rebranding der neu entstandenen PAYONE zu begleiten – einschließlich der Aufgabe, den Finanzdienstleister marketingseitig zukunftsfähig aufzustellen und die Email Marketing Automation upzugraden.

DIE ANFORDERUNGEN



Alexander Rosenthal, Associate
Director Customer Journey
Marketing bei PAYONE
(Quelle: PAYONE GmbH)

Seite an Seite

Ein wachstumsgetriebenes Unternehmen wie PAYONE brauchte für eine professionelle Brand-Kommunikation Partner, die das Tempo der Weiterentwicklung mitgehen und in der Lage waren, sich den wechselnden Anforderungen anzupassen. Mit SC-Networks fand das Unternehmen einen Anbieter für Email Marketing Automation, der den Ansprüchen gerecht werden konnte und eine Lösung, die den Wünschen entsprach. Durch die vielfältigen Funktionen von Evalanche und die große Flexibilität für unterschiedliche Einsatzszenarien brachte SC-Networks alles mit, um die PAYONE GmbH bei der Kommunikation vom Finanzdienstleister zum Fintech-Konzern zu unterstützen. Mit der Neufirmierung wurde für das Frankfurter Unternehmen noch ein weiterer Punkt immens wichtig: Datenschutz und Sicherheit. Da die DSGVO-konforme Verarbeitung der Daten ein zentrales Merkmal von Evalanche ist, fiel die Entscheidung leicht. „Letztendlich haben die Experten SC-Networks bei jeder Neufirmierung der PAYONE bewiesen, dass sie im hohen Maße anpassungsfähig sind. Sie haben jede Runde aufs Neue für sich entschieden – und immer wieder überzeugt“, weiß Alexander Rosenthal.

„Getting stuff done“

Nicht nur funktional konnte SC-Networks mit Evalanche punkten, sondern auch mit fachlicher Kompetenz und einem starken Partner. entergon überzeugte mit People Business, denn bei nur knapp 30 Mitarbeitende sind die Wege innerhalb der Agentur kurz und Absprachen schnell umsetzbar. Etwas, das PAYONE sehr schätzte. Für den Payment-Service-Provider waren die unmittelbare Erreichbarkeit und die Möglichkeit, im Zweifelsfall schnell reagieren zu können, essenziell. Obendrein zeigten sich entergon und SC-Networks äußerst lösungsorientiert und flexibel, selbst Sonderprojekte wie ein kompaktes Mini-CRM mit Evalanche als Datenbank-Basis oder die Abwicklung der PAYONE-Störungskommunikation über das Email Marketing Tool, ließen sich reibungslos umsetzen. SC-Networks mit der passenden Marketing Automation Lösung auf der einen und entergon als Full-Service-Anbieter auf der anderen Seite erzeugten optimale Synergien zugunsten von PAYONE.



DIE UMSETZUNG



Marc Heinisch, Technical Lead
Marketing Automation bei
entergon
(Quelle: entergon GmbH & Co. KG)

Anpassbare Templates und wirkungsvolle Unterstützung

Bereits vor der letzten Fusion von PAYONE stand im Vordergrund, die Email und Newsletter Templates zu überarbeiten. entergon entwickelte einheitliche Templates, speziell auf die Bedürfnisse des Kunden angepasst. Es wurden sowohl neue E-Mail-Templates mit diversen Konfigurationsoptionen als auch neue Artikeltypen integriert und transparent wie intuitiv bedienbar zusammengeführt, sodass die Mitarbeitenden der PAYONE heute alle Mailing-Variationen selbst aufbauen und versenden können. „Wir achten bei unseren Anpassungen stets darauf, dass die Templates für die User so bequem wie möglich zu handhaben sind“, erklärt Marc Heinisch, Technical Lead Marketing Automation bei entergon. „Die Marketingabteilung hat nichts davon, wenn es Templates mit hundert verschiedenen Funktionen gibt, aber niemand sie versteht. Wir sehen uns als technischen Dienstleister, der den Kunden selbst dazu befähigen möchte, Projekte umzusetzen.“

**PAYONE informiert:
Störungsmeldung**

Sehr geehrter Herr Mustermann,

die Störung von mobilen Terminals, die über die DFÜ-Anbindung GPRS/Mobilfunk (vodafone SIM-Karten) angebunden sind, wurde seitens vodafone als behoben bestätigt und ist beendet.

Für die entstandenen Unannehmlichkeiten möchten wir uns entschuldigen und bedanken uns für Ihr Verständnis.

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr PAYONE Team

Dank der Auslagerung der Störungskommunikation in Evalanche lassen sich Störmailings problemlos versenden.
(Quelle: PAYONE GmbH)

Um die Ecke gedacht: Störungskommunikation mit Evalanche

Dass nicht nur das Marketing von der professionellen Email Marketing Lösung profitieren konnte, zeigte eines der Sonderprojekte: PAYONE lagerte sogar die Störungskommunikation partiell in Evalanche aus, um Stör- und Wartungsmailings an die eigenen Kunden problemlos versenden zu können. Auch hier ist die einfache Handhabung des Tools ein immenser Vorteil: Servicemitarbeitende des Unternehmens müssen nicht extra in Evalanche geschult sein, sondern können Mailings selbst schnell und einfach umsetzen. Ein passwortgeschützter Bereich ermöglicht es allen autorisierten Mitarbeitenden, Standard-Mailings innerhalb kürzester Zeit aufzusetzen und an die jeweilige Zielgruppe zu schicken.


Next Level: CRM-Systemanbindung

Ende 2021 ergab eine interne Analyse seitens PAYONE zwei zentrale Probleme, die es zu lösen galt: Zum einen war geplant, manuelle Abläufe vollständig zu automatisieren und dadurch das Team zu entlasten. Hierfür galt es, die an die Bedürfnisse von PAYONE bereits angepasste Evalanche-Software mit dem CRM-System Salesforce zu verbinden. Im ersten Schritt entwickelte entergon eine Software, durch die Mitarbeitende auch von außerhalb Zugriff auf Daten in Evalanche erhielten und diese mit Informationen – zum Beispiel aus Vertriebsgesprächen – anreichern konnten. Anhand eines Dashboards waren Mitarbeitende in der Lage, Kontaktdaten von Kunden zu vervollständigen und für das Email Marketing bereitzustellen. Zum anderen wollte PAYONE die komplexe, der Fusionsgeschichte geschuldete Struktur aus einer Vielzahl von Systemen vereinfachen. Dazu erfolgten Schulungen, um ein Verständnis dafür zu schaffen, was Vereinheitlichung, Automatisierung und die Integration von CRM- und Marketing

Automation in Bereichen wie der Neukundengewinnung leisten können. Hierbei ging es auch, um Optimierungen von Mailings im Rahmen des internen Projekts „One Journey“. Dieses bezog sich auf die gesamte Customer Journey-Kommunikation entlang aller Touchpoints, welche es nun sowohl innerhalb des Evalanche Tools als auch im Kundenportal oder im Kundenkontaktservice abzubilden galt.



PAY/ONE Zur Web-Version wechseln



**HERZLICH WILLKOMMEN
BEI PAYONE!**

Sehr geehrter Herr Mustermann,

Sie haben sich für PAYONE entschieden, vielen Dank dafür! Wir freuen uns, ab sofort Ihr starker und zuverlässiger Payment-Partner zu sein.

Viele Unternehmen nutzen unsere individuellen Payment-Lösungen und gestalten gemeinsam mit PAYONE die Zukunft des bargeldlosen Bezahlers. Ob lokale Bäckerei, große Drogeriekette oder internationaler Online-Shop – jedes Unternehmen bekommt bei uns die passende Lösung zu seinen Anforderungen.

Wir freuen uns auf viele gemeinsame Transaktionen und eine angenehme Zusammenarbeit.

Mit freundlichen Grüßen
Ihr PAYONE Team

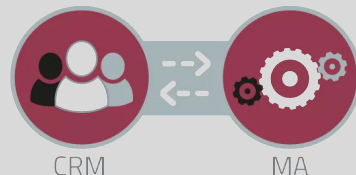
Erfolgreiche Onboarding-Mailings dank Salesforce-Konnektor.
(Quelle: PAYONE GmbH)

Konnektor für Salesforce

Mitte 2022 kam dann der Salesforce-Konnektor mit ins Spiel: Wie ließ sich das CRM-System am besten an die Email Marketing Automation anbinden? Evalanche stand auf der einen Seite als Datenbank mit Kontaktdaten wie der Email Adresse und angereichert mit Kunden- sowie Debitorenummern. Auf der anderen Seite stand das CRM-System Salesforce, das die grundlegenden Kundendaten wie Unternehmensgröße, Vertragsbeginn und Umsatz beinhaltet. Das Problem für die Verknüpfung: Salesforce nutzte nicht die Email Adresse als führende Information, um eine Person zu identifizieren, sondern den Kunden-namen. Folglich konnten Email Marketing Tool und CRM-System Kontakte einander nicht korrekt zuordnen. Der Konnektor von entergon löste diesen Umstand auf, indem er Daten im CRM-System nach Kundengruppen gruppier- und selektierbar machte, um diese dann in Evalanche zu überführen. Der Konnektor ist im regelmäßigen Austausch mit Salesforce, holt sich die selektierten Daten und übersetzt sie für die Nutzung in Evalanche. Ende 2022 kam so das erste Onboarding-Mailing als Willkommensgruß für alle Neukunden zustande. „Das erste Mailing ist immer ein Meilenstein“, erklärt Alexander Rosenthal. „Wenn da alles klappt, kann man weitere Schritte angehen. Die Lösung von SC-Networks ist ein ganz starkes Kernsystem für Email Marketing und Email Automatisierung. entergon ist für uns der Partner, der dieses Kernsystem kundenindividuell erweitert und ein Bindeglied zu unserer inhaltlichen sowie technologischen CRM-Welt schafft.“

CRM- Marketing-Automation-Integration

Die Verknüpfung aus CRM-System und Marketing Automation Lösung ermöglicht es, Interessenten und bestehende Kunden mit relevanten Inhalten – zum geeigneten Zeitpunkt am richtigen Touchpoint – automatisiert zu versorgen. Die Verbindung beider Systeme sorgt außerdem dafür, dass Informationen aus beiden Quellen konsolidiert verfügbar sind und B2B-Unternehmen so eine 360-Grad-Sicht auf jeden einzelnen Kunden ermöglichen. Miteinander integriert fließen dann kundenbezogene Daten aus dem CRM-System, wie etwa Informationen über bereits bestellte Produkte, Vertriebskontakt-Notizen oder auch Informationen aus möglichen Altverträgen, in das jeweilige Kunden- beziehungsweise Interessentenprofil der Marketing-Automation-Plattform ein. Derart geschärfte Profile bilden die Grundlage für passgenaue Marketingaktionen und erhöhen die Erfolgchancen der Maßnahmen. Evalanche bietet hier eine Reihe vorbereiteter Schnittstellen und Konnektoren zu verschiedenen CRM-Systemen: Neben Salesforce sind das CAS genesisWorld, SAP CRM, MS Dynamics CRM, Sugar & SUITE CRM, Cursor CRM, cobra CRM und viele mehr.



Auch in Zukunft: „Hands on!“

Für die Zukunft plant die PAYONE einen Rückfluss der Hard Bounces, wie eine nicht existente Mail Adresse, aus Evalanche ins CRM-System, um so einen Kreislauf zu schaffen und die Qualität der Daten in beiden Systemen zu sichern. Zudem soll der Kanal breiter aufgestellt werden, um mehr Trigger (Auslöser für Mailings) wie bestimmte Ereignisse auch in Evalanche nutzen zu können. Auch in der Tiefe möchte PAYONE sich weiterentwickeln: Ein Follow-up und Churn Prevention am Ende der Customer Lifetime sind die nächsten Ziele. Insgesamt soll der fehlerfreie und reibungslose Datenfluss eine 360-Grad-Sicht auf die Kunden des Fintech-Unternehmens ermöglichen.