

Lehdistötiedote 23.3.2010

Itellan CEM-palvelulla asiakasymmärrys myynnin kasvumoottoriksi

Kohdennetun markkinoinnin koko arvoketjun hallinta integroitu suunnittelusta seurantaan

Itella Asiakkuusmarkkinointi lanseeraa ainutlaatuisen ohjelmisto- ja palvelukokonaisuuden asiakkuuksien kehittämiseen kohdennetun markkinoinnin keinoin. Itella CEM -palvelu (Customer Experience Management) tarjoaa verkkopohjaiset työkalut asiakkaiden analysointiin sekä siihen perustuvan kohdennetun markkinoinnin suunnitteluun, hallintaan ja seurantaan. Erätukku Oy on lisännyt asiakasmääriään ja kasvattanut myyntiään Itella CEM -palvelun siivittämänä syksystä 2009 lähtien.

Itella Asiakkuusmarkkinoinnin kehittämä CEM (Customer Experience Management) on Euroopan monipuolisin ohjelmisto- ja palvelukokonaisuus asiakkuuksien kehittämiseen kohdennetun markkinoinnin keinoin. Verkkopohjaisella palvelulla voidaan analysoida asiakkuuksia, muodostaa kohderyhmiä ja tuottaa personoitua asiakasviestintää perinteisten kirje-, sähköposti- ja mobiilikanavien lisäksi internetiin, puhelinpalveluun ja myymälöihin. Palvelun raportoinnin avulla asiakkuuksissa tapahtuvia muutoksia voidaan ennustaa ja kampanjoiden tuottoa eri kanavissa mitata reaaliaikaisesti. Tämä mahdollistaa ennakoivan asiakasviestinnän ja -palvelun, joka lisää asiakasuskollisuutta ja myyntiä.

Itella CEM -palvelulla yritys hallitsee asiakkuuksien kehittämiseen liittyvää koko kohdennetun markkinoinnin arvoketjua. Sen avulla asiakasymmärrys syvenee, viestintäprosessit tehostuvat ja markkinointiin sijoitetun pääoman tuotto kasvaa.

Palvelun etuina ovat nopea käyttöönotto, edullinen investointikustannus sekä yrityksen tarpeen mukaan räätälöity palvelukokonaisuus. Modulaarisuutensa vuoksi Itella CEM -palvelu soveltuu BtoC- ja BtoB-liiketoimintaan kaikilla toimialoilla. Siihen voidaan integroida lisäpalveluita, kuten markkinointimateriaalin logistiikka sekä ulkoisten kohderyhmien hallintatyökalut.

Erätukku kasvattaa myyntiään CEMin siivittämänä

Erätukku Oy on ottanut Itella CEM -palvelun käyttöönsä yrityksen kasvustrategian tukemiseksi. Erätukku etsi palveluratkaisua, jonka avulla se voisi yhdistää useiden myynti- ja asiakaspalvelukanavien kautta eri rekistereihin kertyneet asiakastiedot sekä tehostaa niiden käyttöä toimintansa suunnittelussa ja asiakasviestinnässä. Samalla haluttiin vähentää markkinoinnin prosessikuluja sekä mitata markkinoinnin ja myynnin tehoa eri kanavissa ilman erillisten työkalujen hankintaa tai monimutkaisia IT-projekteja. Erätukku valitsi Itella CEM -palvelun sen nopean toimituksen, monikanavaisuuden sekä Itellan tarjoaman palvelun käytön tuen vuoksi.

”CEM-palvelu on tuottanut meille välittömiä hyötyjä: verkkokaupan kävijämäärät ovat jopa kolminkertaistuneet, sähköpostiviestinnän klikkausuhde on moninkertaistunut ja uusien myymälöidemme avajaiskampanjat ovat olleet menestyksellisiä. Tärkeintä on kuitenkin, että myyntimme on kasvanut kannattavasti, vaikka taloudellinen tilanne on ollut haastava”, kertoo Erätukun toimitusjohtaja **Markku Lampela**.

Lisätietoa:

Atte Varsta, liiketoimintajohtaja, Itella Asiakkuusmarkkinointi, 050 531 9536,
atte.varsta@itella.com

Lehdistötiedote 23.3.2010

Lisää CEM-palvelusta Itellan internetsivuilta www.itella.fi/cem

Itella Asiakkuusmarkkinointi on Suomen johtava kohdennetun markkinoinnin asiantuntijayritys. Se tarjoaa ideoita, työkaluja ja ratkaisuja asiakasymmärryksen lisäämiseen ja myynnin kasvattamiseen. Itella Asiakkuusmarkkinoinnin ydinpalveluita ovat kohdennetun markkinoinnin suunnittelu, asiakkuusohjelmien ja markkinoinnin monikanavainen toteutus sekä niiden tuloksellisuuden seuranta. Itella Asiakkuusmarkkinointi -liiketoimintayksikkö toimii Suomessa ja Venäjällä, ja se kuuluu Itella Viestinvälitys -liiketoimintaryhmään. Itella-konsernissa on reilu 30 000 työntekijää ja sen liikevaihto vuonna 2009 oli 1 898 miljoonaa euroa.