

Telenor velger Neolanes markedsføringsplattform for håndtering av selskapets flerkanalskommunikasjon

Leverandør av markedsføringsteknologi for virksomheter, Neolane, kunngjør i dag inngåelsen av en ny samarbeidsavtale med den norske mobiloperatøren Telenor i Danmark. Neolanes konversasjonelle markedsføringsplattform skal brukes til å håndtere personlig tilpassede one-to-one-kampanjer på tvers av kanaler med sikte på å redusere kundefrafall og øke inntektene.

Med hjelp av Wunderman Copenhagen skal Telenor implementere Neolanes løsning for utforming og gjennomføring av alle selskapets markedsføringskampanjer på tvers av kanaler, rettet mot selskapets over en million kunder. Telenor skal også teste ut Neolane som plattform for visning av mikrokampanjer basert på CRM-data på selskapets nettsted.

Telenor-konsernet er en av verdens største mobiloperatører med 120 millioner mobilabonnenter og opererer på 11 markeder. Telenor vil ta i bruk Neolanes løsninger for avansert one-to-one-personliggjøring i nyhetsbrev og for kampanjer som skal kjøres på flere kanaler, for på den måten å sikre koherent innhold i trykte medier, e-postkampanjer og mobilkampanjer. I fremtiden planlegger selskapet dessuten å bruke Neolanes teknologi for å publisere personlig tilpasset innhold på nettstedet sitt, slik at kunder som besøker nettstedet, vil få informasjon som er skreddersydd deres behov, basert på tidligere kjøp og respons på markedsføringskampanjer.

Telenor skal også implementere Neolanes distribuerte markedsføringsfunksjonalitet, slik at lokale butikker kan personliggjøre meldinger med lokalt innhold. Selskapets markedsføringsavdeling kan designe et bibliotek med ulike kampanjemaler og gjøre disse tilgjengelig for lokale butikker. Den enkelte lokale butikk kan da se gjennom kampanjene og finne det innholdet som passer til deres behov, og for eksempel legge til spesialkampanjer basert på hvilke produkter de har på lager.

"Grunnen til at vi valgte Neolane er at selskapet tilbyr et svært avansert verktøy for markedsføring på tvers av kanaler som i tillegg har et brukervennlig grensesnitt. Et brukervennlig grensesnitt rettet mot dem som bruker systemet på daglig basis, er en av de viktigste nøklene til en fruktbar kundedialog", sier Mads Neble, Marketing Manager CRM & Online i Telenor. Og han legger til: "Neolane skal hjelpe oss med å redusere kundefrafall og øke inntekten per bruker".

Et eksempel på Telenors bruk av Neolanes plattform, er selskapets "Smart Start"-kampanjer som er høyst individualiserte velkomstprogrammer basert på håndsettmodeller og abonnementer. "Smart Start"-programmene er rettet mot henholdsvis nye og eksisterende kunder, for eksempel kunder som kjøper en ny mobiltelefon. For å gjøre det enkelt for alle kunder å komme i gang, samler Telenor sammen tips og råd som sendes til kundene i en serie av e-poster. Målet er å hjelpe kunden med å bli kjent med de mange mulighetene som mobiltelefonen gir dem, og å inspirere dem til å utforske den mobile verden. Ved hjelp av "Smart Start"-kampanjene ønsker Telenor å redusere

antall anrop til kundeservice, stimulere kryssalg samt jobbe proaktivt med å bygge tillit og sterke kunderelasjoner.

Ved å ta i bruk Neolanes markedsføringsplattform ønsker Telenor å skape positive kundeopplevelser for dermed å styrke kundenes tilfredshet og lojalitet. Informerte kunder er sannsynligvis mer tilfredse, noe som i sin tur fører til minimal risiko for kundefrafall samt økt mersalg. Resultatet er en generell økning i levetidsverdi (Customer Lifetime Value).

Nordisk direktør i Neolane, Franck Attia, sier: "*Vår misjon er å hjelpe Telenor med å nå sine økonomiske mål gjennom å tilby samkjøring av inngående og utgående kanaler samt koherente kundekonsultasjoner på tvers av alle kanaler. Vi er glade for å samarbeide med Telenor, og våre selskapers visjoner passer godt sammen.*"

Om Neolane:

Neolane tilbyr den eneste konversasjonelle markedsføringsteknologien som gjør det mulig å bygge og opprettholde varige one-to-one kundedialoger. Ved bruk av denne teknologien vil selskap oppnå økt inntekt og optimalisert markedsføringseffektivitet. Takket være programvareplattformens evne til å håndtere e-post samt samle innkommende og utgående kanaler, ser markedsførere resultater på rekordtid. Neolane er enkel i bruk for ferske så vel som for drevne brukere. I tillegg er Neolanes kunder i stand til å tilpasse seg nye utfordringer knyttet til markedsføring og å utnytte nye forretningsmuligheter raskere enn sine konkurrenter. Mer enn 300 internasjonale storkunder har satt sin lit til Neolane, deriblant Sony Music, Alcatel-Lucient, Orange, Sears Canada og Sephora. Besøk www.neolane.com

Pressekontakter

Open2Europe

Lars Christensen

Tlf.: +33 1 55 02 27 95

l.christensen@open2europe.com

Open2Europe

Jeanette Castaing

Tlf.: +33 1 55 02 27 85

j.castaing@open2europe.com