

Eine Omnichannel-Strategie erstellen:

4 Schritte für bessere Kund*innenbeziehungen, -bindung und Geschäftsergebnisse

Erfolgreiche Marketingverantwortliche konzentrieren sich darauf, den Wert ihrer Bestandskund*innen zu maximieren. Dabei stehen vor allem langanhaltende Kund*innenbeziehungen und die dadurch entstehende Kund*innenbindung im Fokus, um so die Umsätze nachhaltig zu steigern.

Aber wie lassen sich bessere Kund*innenbeziehungen, eine höhere Kund*innenbindung und schließlich

mehr Umsatz realisieren? Die Antwort: mit einer personalisierten und kanalübergreifenden Marketingstrategie.

Im Folgenden haben wir die **vier wesentlichen Schritte für eine erfolgreiche Omnichannel-Marketingstrategie zusammengestellt, mit denen Sie die Kund*innentreue und -bindung für Ihr Unternehmen steigern können.**

SCHRITT 1

Daten und Kanäle zusammenführen, damit Sie überall aktiv werden können

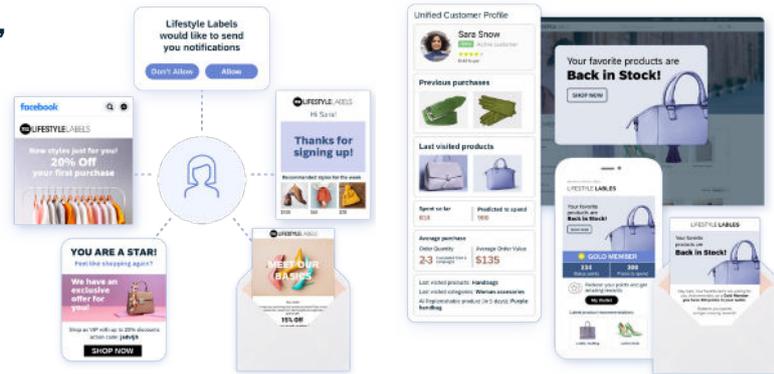
Wenn Ihre Daten und Kanäle miteinander verbunden sind, erhalten Sie ein ganzheitliches Bild Ihrer Kund*innen und können ihnen überall relevante, personalisierte Erfahrungen bieten.



SCHRITT 2

Die Kund*innen mit personalisierten, kanalübergreifenden Angeboten bei der Stange halten

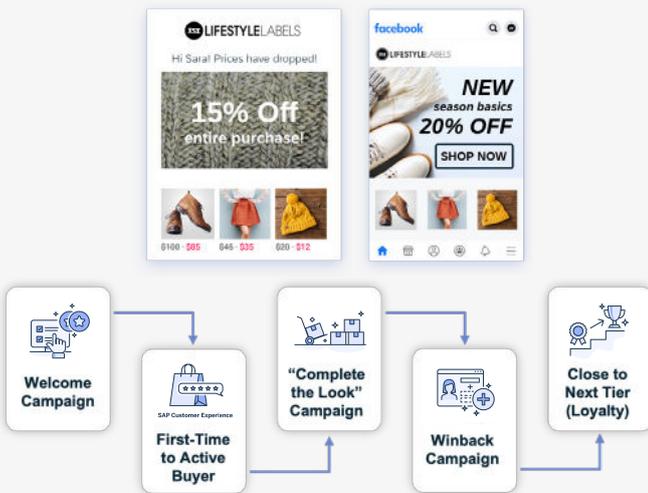
Die Personalisierung mit kanalübergreifenden 1:1-Erfahrungen bedeutet mehr Möglichkeiten, mit Kund*innen in Kontakt zu treten, stabile Beziehungen zu ihnen aufzubauen und sie bei der Stange zu halten.



SCHRITT 3

Customer Journeys für Always-on-Loyalität in jeder Größenordnung automatisieren

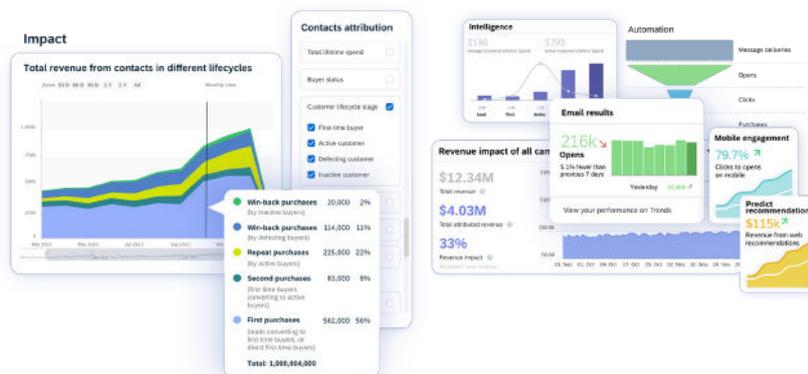
Verpassen Sie keine Gelegenheit mehr zur Kontaktaufnahme mit den Kund*innen. Lassen Sie das von Ihrer Technologie erledigen. Verfolgen Sie einen „Always-on“-Ansatz für Kund*innentreue, indem Sie Ihre personalisierten, loyalitätsfördernden Kampagnen automatisieren.



SCHRITT 4

Die Ergebnisse messen, um die Auswirkungen der Kund*innenbindungsmaßnahmen auf den Umsatz zu bestimmen

Das Ziel Ihrer loyalitätsfördernden Maßnahmen ist die Erhöhung des CLTV und die Verbesserung des Geschäftsergebnisses. Wenn Sie fähig sind, Ihre Ergebnisse in Echtzeit zu ermitteln, können Sie die Kampagnenleistung optimieren, sich reaktionsschnell auf Veränderungen am Markt einstellen und die Auswirkung des Marketings auf den Umsatz nachweisen.



Entdecken Sie, wie Marken wie PUMA, Pizza Hut, und French Connection mit Omnichannel-Marketing ihre Kund*innenbeziehungen, Kund*innenbindung und Umsätze steigern!

[Leitfaden herunterladen >](#)