

Neue Version 4.0 der eMail-Marketing-Lösung kajomi MAIL trägt aktuellen Entwicklungen im digitalen Marketing Rechnung

München, den 31. März 2008. Die Münchner eMail-Marketing-Agentur kajomi stellt in diesen Tagen die neueste Version ihrer eMail-Marketing-Lösung kajomi MAIL vor. Mit neuen Features werden in der Version 4.0 veränderte Anforderungen an Softwarelösungen im digitalen Marketing berücksichtigt.

Wurde lange Zeit hauptsächlich Wert auf möglichst kurze Versandzeiten und einfaches Kampagnenhandling gelegt, stehen heute ganz andere Entwicklungen im Vordergrund. So ermöglicht es kajomi MAIL 4.0 dem Anwender unter anderem, ganz gezielt bestimmte Gruppen innerhalb seines Adressbestandes anzusprechen – mit einer individuell auf ihn zugeschnittenen Botschaft. Realisiert werden kann dies mittels beliebig erweiterbarer Datenbankfelder, über die den einzelnen Empfängern dann je nach Attribut der passende Kampagneninhalte zugeordnet wird.

Ebenfalls neue Funktionen der eMail-Marketing-Komplettlösung sind die umfangreichen Selektionsmöglichkeiten, z.B. nach Geschlecht, Postleitzahlgebiet oder Stadt, gezielte Versendungen an neueste oder älteste Abonnenten oder eine Zufallsauswahl sowie der Versand von Teilmengen (50.000 aus 160.768) und der Ausschluss vorheriger Versendungen, damit Abonnenten nicht ungewollt mehrfach mit dem selben Inhalt angeschrieben werden.

Ein komplett überarbeiteter Reporting-Bereich erlaubt nun eine viel detailliertere Kampagnenauswertung und sogar Follow-Up Kampagnen z.B. an alle Empfänger, die ein vorhergehendes Mailing geöffnet oder auf ein bestimmtes Produkt geklickt haben. Die Response bestimmter Teilmengen z.B. nach Altersgruppen, Geschlecht oder Postleitzahlbereichen kann nun getrennt gemessen und bewertet werden. Der Werbekunde erhält dadurch die Möglichkeit, zusammen mit der neuen Individualisierungsfunktion seine Kunden noch gezielter anzusprechen und fortlaufend zu optimieren. Visuell dargestellt werden die Ergebnisse durch neue Grafiken, die die geografische Verteilung der Response oder die Verteilung der Klicks auf dem Werbemittel zeigen.

„Wir freuen uns, unseren Kunden mit der Version 4.0 unserer eMail-Marketing-Lösung ein komplett überarbeitetes und in vielen Punkten verbessertes System an die Hand geben zu können“, so Michael Hoffmann, Geschäftsführer von kajomi. „Ich bin mir sicher, dass wir sie damit optimal in ihren Dialogmarketing-Aktivitäten unterstützen und ihnen damit den entscheidenden Vorsprung verschaffen.“