

ERSTELLE PERSONALISIERTE TRIGGERKAMPAGNEN MIT KI-POWER

Worauf es bei Triggerkampagnen ankommt und wie künstliche Intelligenz sie optimiert



OMR **REVIEWS** × DYMATRIX

INKLUSIVE
CHECKLISTE
FÜR DEINE
KAMPAGNE!

EINLEITUNG

Trigger – ein Begriff, der in den sozialen Medien häufig als Warnung für sensible Inhalte verwendet wird. Im Marketing-Kontext stellen sogenannte **Triggerkampagnen** hingegen einen echten Mehrwert dar. Hierbei lösen vordefinierte Aktionen (Trigger) von Kund*innen bestimmte Events aus – beispielsweise den Versand einer personalisierten E-Mail. Im **Zusammenspiel mit künstlicher Intelligenz** ergeben sich daraus für dich völlig neue Möglichkeiten, um mit personalisierten Inhalten **in den Köpfen deiner Kund*innen zu landen.**

Erfahre auf den folgenden Seiten, was eine gelungene Triggerkampagne ausmacht, wie du mit KI mehr aus ihr rausholst und welche Steps du bei der Kampagnenerstellung beachten solltest.



DARUM GEHT'S:

1. Was sind KI-gestützte Triggerkampagnen?	04
2. Vorteile	05
3. Arten von Triggern	06
4. Ablauf einer Triggerkampagne	07
5. Triggerkampagne einrichten – Step-by-Step	08
6. Best Practices für deine KI-gestützte Triggerkampagne	15
7. Checkliste für erfolgreiche KI-Triggerkampagnen	19
8. Die DYMATRIX CXP im Detail	23
9. Kontakt	25



WAS SIND KI-GESTÜTZTE TRIGGERKAMPAGEN?

Triggerkampagnen sind automatisierte Marketingmaßnahmen, die durch ein bestimmtes Ereignis, eine Aktion oder ein Verhalten deiner Zielgruppe ausgelöst werden. Die Basis für diese Automationen bilden spezielle Tools. Sobald deine Marketing Automation einen solchen Trigger registriert, startet sie eine personalisierte Aktion, etwa den Versand einer E-Mail mit passenden Angeboten. Mit Triggerkampagnen kannst du gezielt auf Kundenbedürfnisse reagieren, Conversion Rates steigern, Kund*innen binden oder inaktive Nutzer*innen reaktivieren – alles in Echtzeit und hochgradig effizient.

Kurzum: Triggerkampagnen sind als Teil der Marketing Automation ein essenzieller Bestandteil eines zeitgemäßen Marketing-Mix.

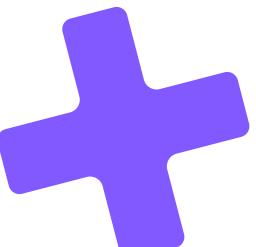
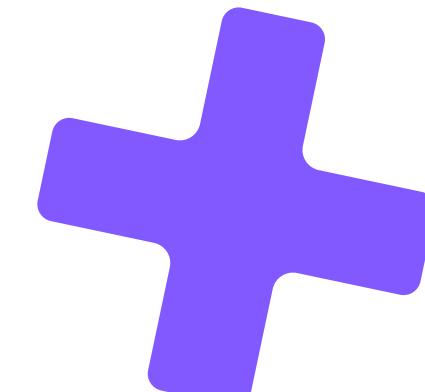
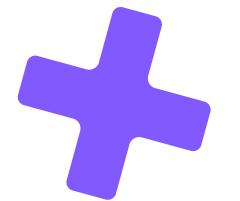


Triggerkampagnen lassen sich beispielsweise einsetzen ...

- ... bei **Warenkorbabbruch**, indem du automatisierte E-Mails mit Erinnerungen versendest.
- ... für **Cross-/Upselling**, indem du individuelle Produktempfehlungen basierend auf vorherigen Einkäufen gibst.
- ... zur **Kundenbindung**, indem du Dankeschön-Angebote an langjährige Kund*innen verschickst.

VORTEILE VON KI-GESTÜTZTEN TRIGGERKAMPAGNEN

- ◆ **Personalisierung von Inhalten:** Die KI ermöglicht es, Inhalte und den Kommunikationskanal auf individuelle Kundenbedürfnisse und -vorlieben zuzuschneiden.
- ◆ **Automatisierung:** Sobald der Trigger ausgelöst wird, startet automatisiert die Ausspielung der Kampagne.
- ◆ **Relevanz und Timing:** Trigger-basierte Kommunikationsmaßnahmen (z. B. E-Mails) werden genau dann versendet, wenn sie für die Kund*innen am relevantesten sind.
- ◆ **Höhere Conversion Rates:** Die Kombination aus präzisen Datenanalysen, personalisierten Maßnahmen und dem perfekten Timing sorgt für signifikant höhere Conversion Rates im Vergleich zu herkömmlichen Marketingkampagnen.



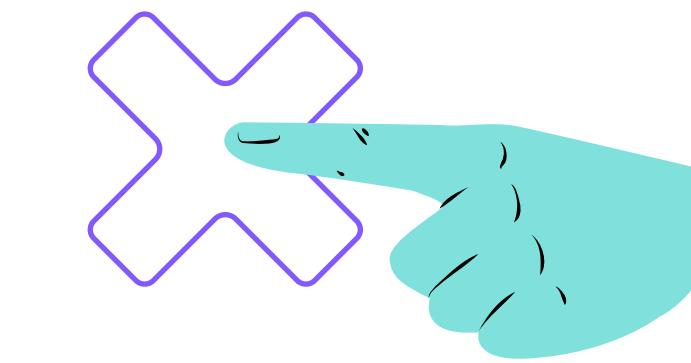
ARTEN VON TRIGGERN

Grundsätzlich lassen sich vier Arten von Triggern unterscheiden:



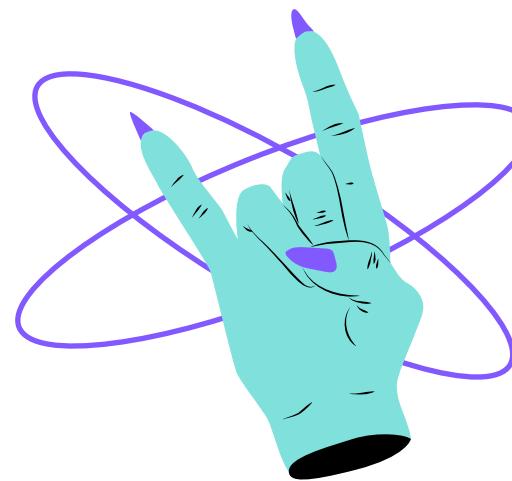
◆ **Transaktionale Trigger:**

Zum Beispiel eine Zweitkauf-Aktivierung



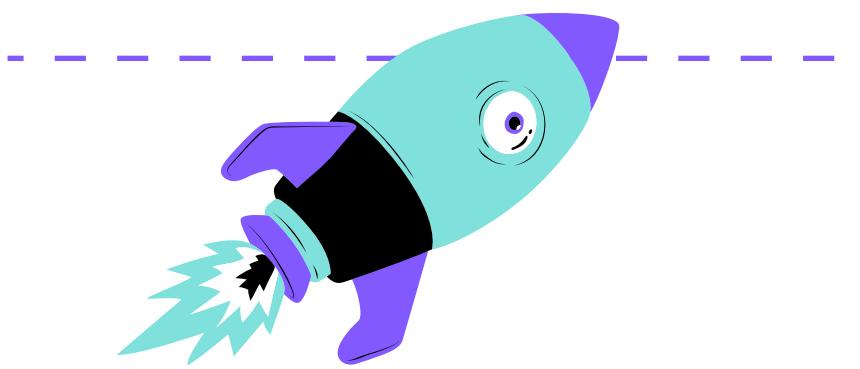
◆ **Verhaltensbasierte Trigger:**

Zum Beispiel Warenkorbabbruch oder
Abandoned Browse



◆ **Zeitbezogene Trigger:**

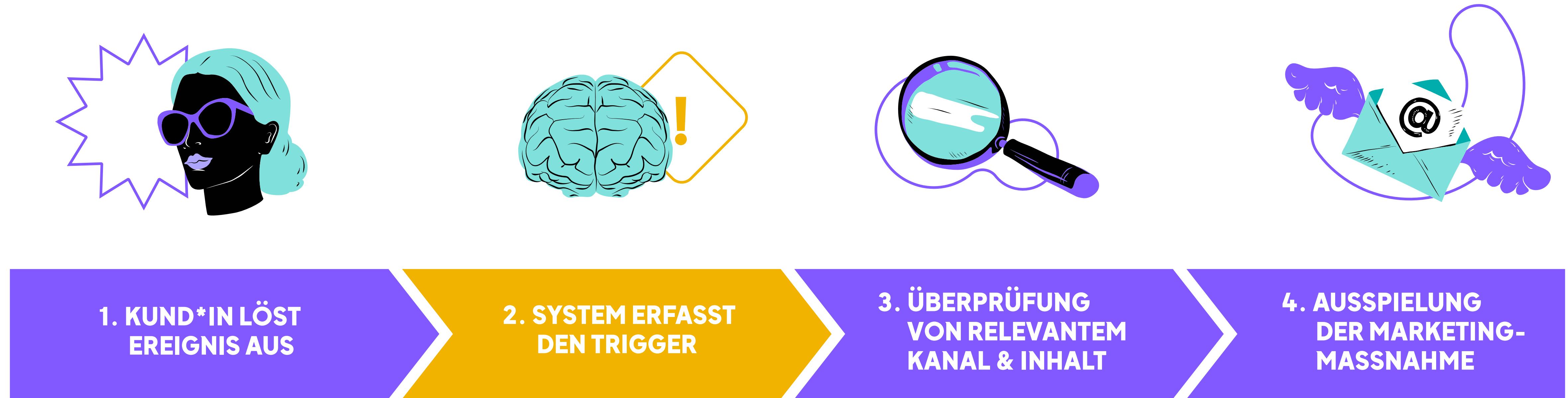
Zum Beispiel Geburtstage oder Jubiläen



◆ **Schwellenbasierte Trigger:**

Zum Beispiel das Erreichen eines bestimmten
Punktestands im Treueprogramm oder bei erhö-
tem Churn-Risiko

ABLAUF EINER TRIGGERKAMPAGNE

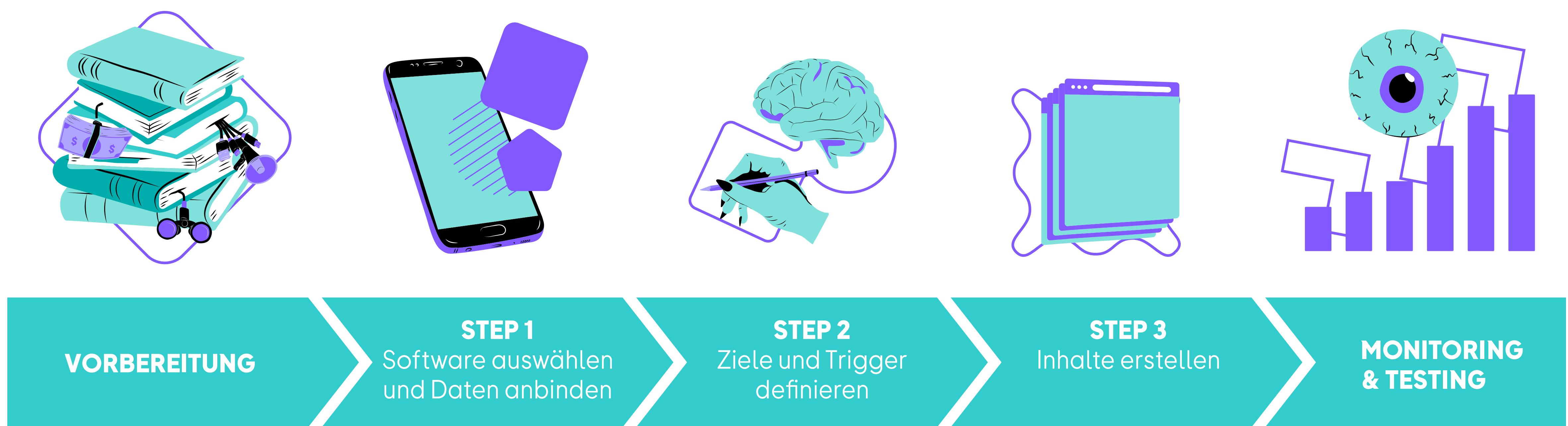


Zum Beispiel einen Warenkorbabbruch

Das System prüft, welcher Kanal und welche Inhalte für die Ansprache des*der Kund*in am relevantesten sind. Die Art des Inhalts richtet sich nach dem jeweiligen Kanal.

Der*die Kund*in erhält die personalisierte Erinnerung an den Warenkorbinhalt über den Kanal, der den*die Kund*in am wahrscheinlichsten erreicht.

TRIGGERKAMPAGNE EINRICHTEN - STEP-BY-STEP



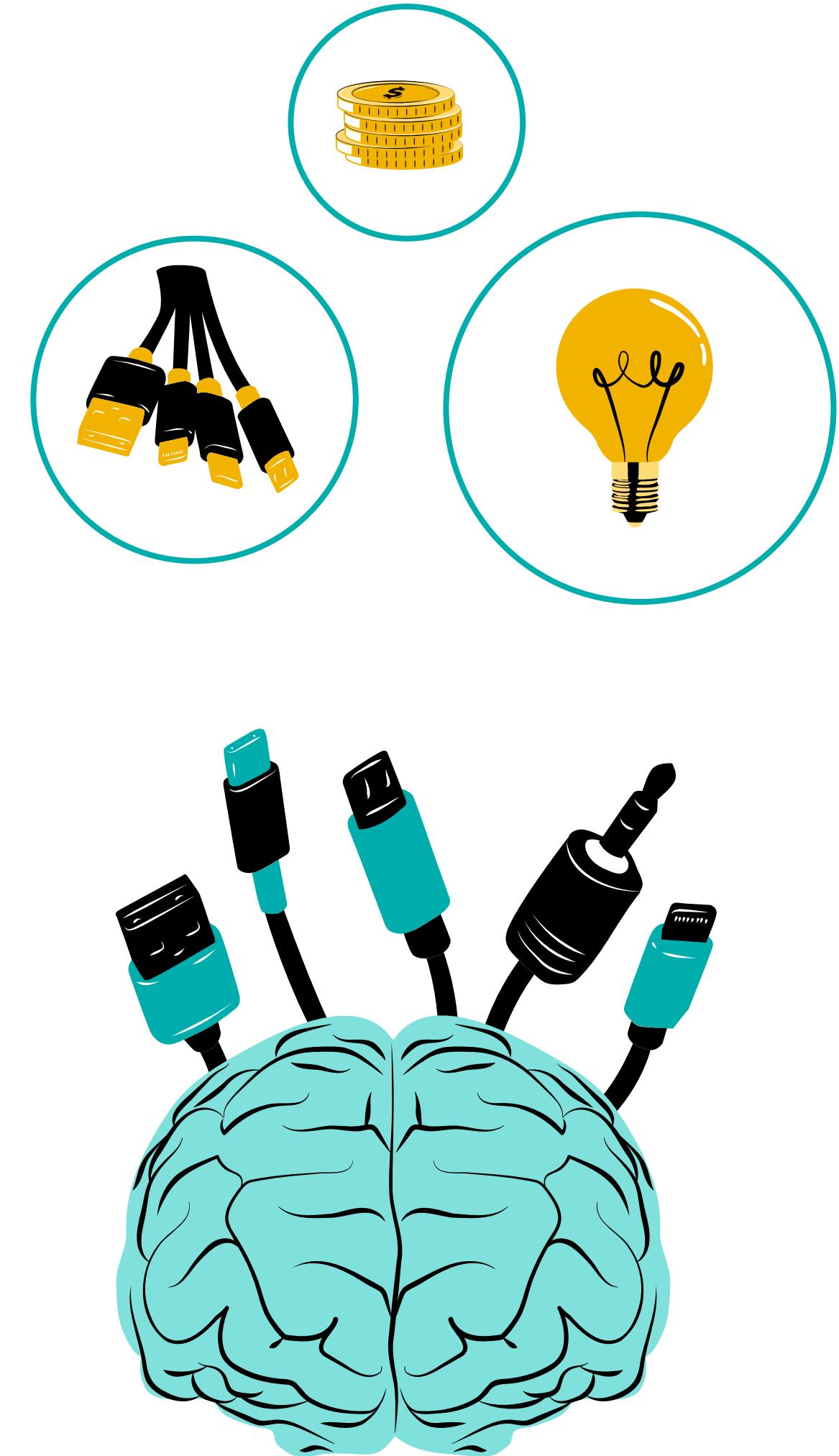
PREPARATION IS KEY

Eine gute Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg – das gilt auch für deine Triggerkampagne. Damit alles optimal funktioniert, solltest du dir vorab Gedanken über die wichtigsten Aspekte machen:

Ziele deiner Kampagne können sich am Customer Lifecycle orientieren – wie etwa Kundenbindung, Upselling oder die Reaktivierung inaktiver Kund*innen. Stelle sicher, dass die definierten Ziele zur übergeordneten Strategie passen.

Wichtig sind außerdem die **Datenanbindung**, **Ressourcen** und dein **Budget**: Wenn Software benötigt wird, solltest du zunächst klären, welche Datenbasis es gibt, wer die Projektverantwortung übernimmt, welche personellen Kapazitäten dir zur Verfügung stehen und welche finanziellen Mittel du einplanen kannst. Berücksichtige darüber hinaus die Kosten für Software-Lizenzen und die technische Implementierung. **Weitere wichtige Fragen**: Sind die notwendigen Tools wie eine Customer Data Platform (CDP), eine Marketing Automation Software und ein CRM-System vorhanden - wie zum Beispiel von DYMATRIX? Arbeiten die Systeme schon zusammen? Überlege außerdem, welche Kanäle du ansteuern möchtest und welche Möglichkeiten du dafür hast.

Nicht vernachlässigen solltest du zudem das Thema **Testing**: Wie deine Kampagne performt, kannst du natürlich erst nach dem Ausspielen sehen. Plane dafür von Beginn an beispielsweise A/B- oder multivariate Tests ein, um unterschiedliche Versionen von Kampagnenelementen wie Betreffzeilen, Call-to-Actions oder Versandzeitpunkten zu vergleichen. Definiere Test- und Kontrollgruppen, um die Wirkung einzelner Trigger klar zu messen. Lege außerdem feste Testzeiträume sowie klare Erfolgskriterien wie Klick- oder Conversion Rates fest, um aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten.



STEP 1: DIE RICHTIGE SOFTWARE

AUSWÄHLEN

Triggerkampagnen bieten eine einzigartige Möglichkeit, Kund*innen zur richtigen Zeit mit der richtigen Botschaft zu erreichen. Der Schlüssel liegt dabei in der Kombination von präzisen Daten, intelligenten Algorithmen und passgenauen Inhalten. **Eine leistungsstarke Software unterstützt dich dabei, Automatisierung und Personalisierung so zu verbinden**, dass du nicht nur Zeit sparst, sondern auch die Effizienz deiner Kampagnen deutlich steigerst.

Wähle eine Plattform wie zum Beispiel die DYMATRIX Customer Experience Platform (CXP), die **neben der Automatisierung von Kampagnen auch Personalisierung und prädiktive Analysen mithilfe künstlicher Intelligenz** unterstützt. Mit umfassenden Insights erleichtert sie dir die strategische Planung deiner Marketingmaßnahmen. Insbesondere für komplexere Triggerkampagnen solltest du bestimmte Funktionen beachten, um deine Customer Experience nachhaltig zu verbessern. Welche das sind, siehst du auf der folgenden Seite.



STEP 1: DIE RICHTIGE SOFTWARE

AUSWÄHLEN

- ◆ **360°-Kundenprofile und Echtzeitdaten:** Stelle sicher, dass deine Software DSGVO-konform Daten aus verschiedenen Quellen konsolidieren kann, um dir ein umfassendes Bild deiner Kundschaft zu liefern. Diese sogenannten „Golden Profiles“ der jeweiligen Kund*innen sind die Basis für präzise Entscheidungen.
- ◆ **Predictive Analytics:** Nutze künstliche Intelligenz, um Verhaltenmuster vorherzusagen und deine Zielgruppe gezielt anzusprechen.
- ◆ **Omnichannel-Ansatz:** Deine Software sollte eine automatisierte und nahtlose Kommunikation über verschiedene Kanäle wie E-Mail, Direct Mail, Push-Benachrichtigungen oder SMS ermöglichen. So erreichst du deine Kund*innen dort, wo sie aktiv sind.
- ◆ **Personalisierung:** Achte auf KI-basierte Funktionen für die Erstellung individueller Kundenerlebnisse und zielgerichteter Kampagnen.
- ◆ **Analyse und Monitoring:** Wähle eine Software mit Dashboards, A/B-Testing und detaillierten Performance-Kennzahlen.
- ◆ **Branchenspezifische Lösungen:** Die Software sollte anpassbare Features und Services speziell für deine Branche bieten.
- ◆ **Benutzerfreundlichkeit und Support:** Intuitive Bedienung und umfassende Unterstützung durch Schulungen und Kundenservice sind essenziell.

STEP 2: ZIELE UND TRIGGER DEFINIEREN

Am Anfang einer wirkungsvollen Triggerkampagne stehen klar definierte Ziele. Sie sind die Basis für die Auswahl von Auslösern und für die Inhalte, mit denen du deine Mailings füllst.

Definiere klare, messbare Ziele, zum Beispiel Umsatzsteigerung, Kundenbindung oder Upselling. Verknüpfe diese Ziele mit konkreten KPIs wie Conversion Rates (CR) oder dem Customer Lifetime Value (CLV).

Bestimme relevante Trigger, die Aktionen oder Ereignisse auslösen. Die Auswahl sollte sich an deinem Ziel und den Insights aus deinen Daten orientieren. Beispiele sind:

- ◆ **Warenkorbabbrüche:** Dein*e Kund*in hat bereits Artikel im Warenkorb, schließt den Kauf aber nicht ab.
- ◆ **Kundenjubiläen:** Jedes Jahr, das deine Kund*innen dir treu sind, zählt und sollte von dir honoriert werden.
- ◆ **Geburtstage:** Wer freut sich nicht über Geburtstagspost? Geburtstage deiner Kund*innen sind naheliegende wie wirkungsvolle Trigger.
- ◆ **Churn-Gefahr:** Die passende Software informiert dich mithilfe von Predictive Analytics rechtzeitig, wenn deine Kund*innen abwanderungsgefährdet sind. Erreichen sie einen bestimmten Churn-Wert, löst das den definierten Trigger aus.
- ◆ **Inaktivität:** Lege einen Zeitraum fest, nach dem Kund*innen an deinen Shop erinnert werden sollen, wenn sie ihn längere Zeit nicht besucht haben.

STEP 3: INHALTE ERSTELLEN

Stehen Ziele und Trigger fest, brauchst du noch die **passenden Inhalte für deine Kampagne**. Diese personalisierten Botschaften sind die Grundlage für eine gezielte und effektive Kundenansprache auf den von deiner Zielgruppe bevorzugten Kanälen.

Entwickle zielgerichteten Content für E-Mails, Push-Benachrichtigungen, Direct Mails oder personalisierte Angebote. Stelle sicher, dass sie auf das gewählte Medium abgestimmt und klar strukturiert sind.

Formuliere Botschaften, die Empathie zeigen und auf persönliche Erlebnisse eingehen, um eine tiefere Verbindung zu deinen Kund*innen aufzubauen.

Achte zudem auf die **Balance zwischen Automatisierung und Persönlichkeit**. Auch automatisierte Trigger können persönlich wirken, wenn sie individuell gestaltet sind – etwa durch E-Mails oder Push-Benachrichtigungen mit persönlicher Ansprache, die sich direkt an die Bedürfnisse deiner Zielgruppe richten.



IMMER WICHTIG: MONITORING UND TESTING

Nach dem Start deiner Kampagne solltest du ihre Leistung kontinuierlich prüfen und verbessern. Mit einem laufenden Monitoring und darauf basierend gezielten Tests stellst du sicher, dass deine Triggerkampagnen maximale Ergebnisse erzielen und flexibel an neue Entwicklungen angepasst werden können. **Überwache dafür die wichtigsten Leistungskennzahlen (KPIs)** wie Öffnungs-, Klick- und Conversion Rates, den Umsatz sowie den durchschnittlichen Bestellwert. Bietet dir deine Software ein übersichtliches Dashboard, hast du jederzeit alles im Blick und kannst schnell auf Veränderungen reagieren. Mithilfe unterschiedlicher Tests und der richtigen Vorgehensweise findest du heraus, was besonders gut ankommt und wo du gegebenenfalls nachschärfen solltest.

A/B- und multivariates Testing:

Teste nicht nur einzelne Elemente wie Betreffzeilen oder Call-to-Actions, sondern auch Kombinationen aus Bildern, Texten und Angeboten.

Segmentiertes Testing:

Führe Tests für unterschiedliche Zielgruppen durch, um herauszufinden, welche Inhalte bei welchem Segment besonders gut ankommen.

Wichtig:

Testing ist kein Einmalprozess – analysiere Ergebnisse und wiederhole Tests, um deine Triggerkampagnen regelmäßig zu verbessern.

BEST PRACTICES FÜR DEINE KI-GESTÜTZTE TRIGGERKAMPAGNE

DATEN ERHEBEN UND SEGMENTIEREN

Eine erfolgreiche Triggerkampagne steht und fällt mit der Qualität deiner Daten. Um relevante und personalisierte Inhalte zu erstellen, musst du Datenquellen konsolidieren, bereinigen und gezielt in Kundensegmente unterteilen:

- ◆ **Datenquellen konsolidieren:** Führe alle relevanten Datenquellen zusammen. Das können zum Beispiel CRM-Systeme, Transaktionsdaten oder Web-Analytics sein. Stelle sicher, dass die Daten in einem zentralen „Golden Profile“ zusammenlaufen, um einen 360°-Blick auf deine Kund*innen zu erhalten. Als Zentrum bzw. „Single Source of Truth“ kann eine Customer Data Platform (CDP) fungieren.
- ◆ **Datenqualität sicherstellen:** Bereinige die Daten, um sicherzustellen, dass sie korrekt, aktuell und vollständig sind. Tools wie CDPs helfen bei der Bereinigung und gewährleisten gleichzeitig DSGVO-Konformität.
- ◆ **Kundensegmente identifizieren:** Nutze KI-gestützte Analysen, um aussagekräftige Kundensegmente zu definieren, beispielsweise basierend auf Verhalten, Interessen oder demografischen Merkmalen.

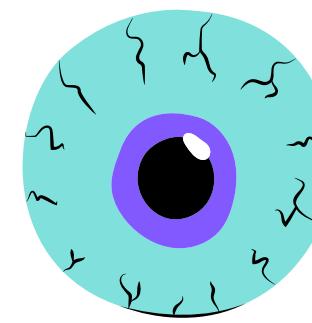
Eine saubere Datengrundlage ist essenziell für gezielte Marketingmaßnahmen. Einblicke in das Verhalten deiner Kund*innen sind die Basis für treffende Vorhersagen von Softwares wie der DYMATRIX CXP. Ihre Prediction Services können dir – bei optimaler Datenerfassung – dabei helfen, die nächsten Schritte deiner Kundschaft einzuschätzen.



Eine laufende Erhebung hochwertiger Daten ist essenziell für den Erfolg deiner Triggerkampagnen.

DIE RICHTIGEN TRIGGER AUSWÄHLEN

Damit deine Kampagne den gewünschten Erfolg bringt, musst du auf die richtigen Trigger setzen. **Entlang der Customer Journey** könnten das zum Beispiel folgende sein:



Erstbesuch: Begrüßungsmail nach dem ersten Shop-Besuch mit Rabattcode oder weiterführenden Infos zu beliebten Produkten.

Lead Magnet: Kostenloser Download (z. B. E-Book oder Whitepaper) nach der Anmeldung für den Newsletter.

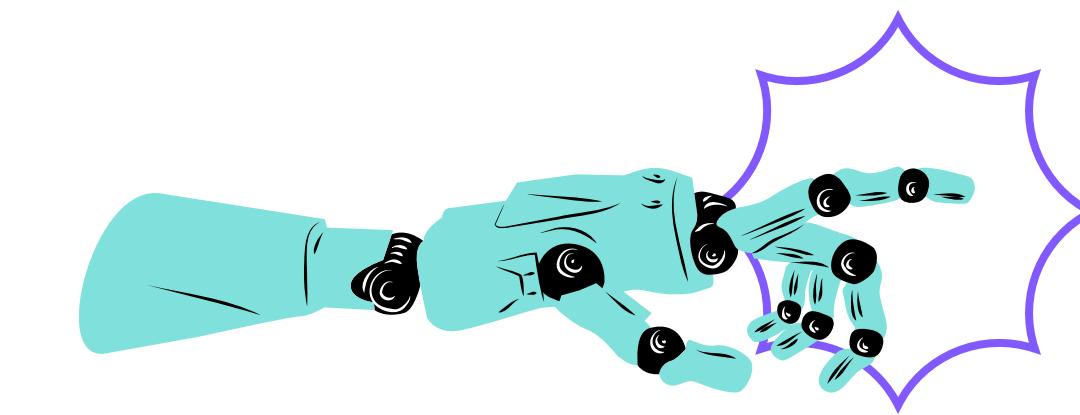
Produkt-Reminder: Detaillierte Informationen zu Produkten, die im Onlineshop betrachtet, aber nicht in den Warenkorb gelegt wurden.

Produktvergleich: Automatische Nachrichten, die eine direkte Gegenüberstellung der angesehenen Produkte oder Dienstleistungen bieten, inklusive Features, Preisen oder Bewertungen.

Warenkorbabbruch: Erinnerung an Produkte, die im Warenkorb liegen, z. B. mit kleinem Anreiz wie kostenlosem Versand.

Zeitlimit-Angebote: Countdown-Mail bei limitierten Aktionen („Nur noch 24 Stunden: Sichere dir deinen Rabatt“).

DIE RICHTIGEN TRIGGER AUSWÄHLEN



RETENTION

Dankeschön: Persönliche Nachricht nach erstem Kauf mit Gutschein für nächsten Einkauf.

Nutzerverhalten: E-Mail mit Tipps für die Nutzung des gekauften Produkts oder Cross-Selling-Empfehlungen basierend auf der Kaufhistorie.

ADVOCACY

Rezensionsanfrage: Automatische Aufforderung, eine Bewertung zu hinterlassen, z. B. eine Woche nach Lieferung.

Empfehlungsprogramm: E-Mail mit einem Bonusangebot für die Empfehlung an Freund*innen oder Bekannte.

RE-ENGAGEMENT

Win-back: Erinnerung nach längerer Inaktivität („Wir vermissen dich!“) mit personalisierten Angeboten oder exklusiven Aktionen.

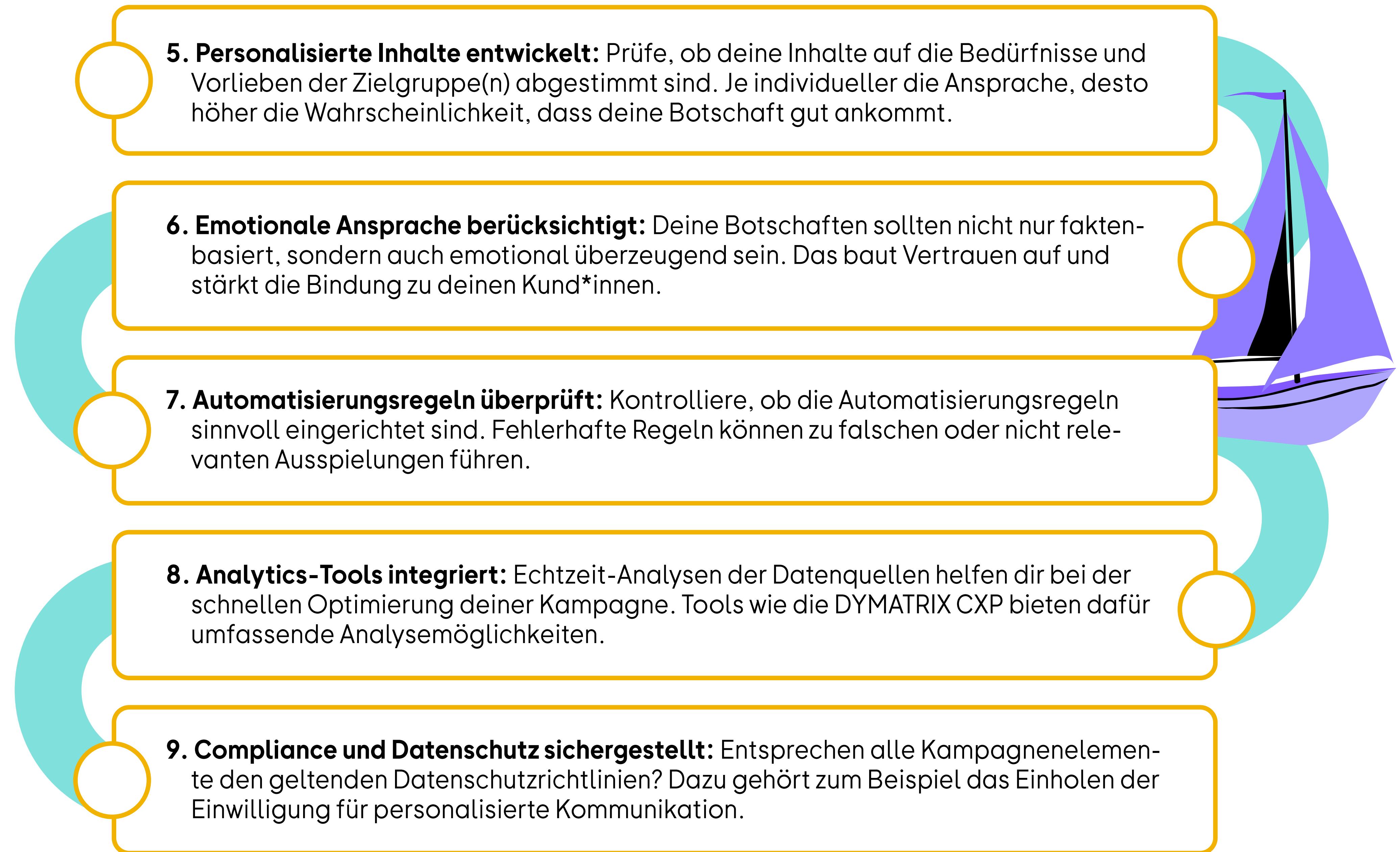
Produktneuheiten: Ankündigung von neuen Produkten oder Services, die auf früherem Kaufverhalten basieren.

DAMIT ALLES GLATT LÄUFT: DEINE **CHECKLISTE** FÜR EINE ERFOLGREICHE KI-BASIERTE TRIGGERKAMPAGNE



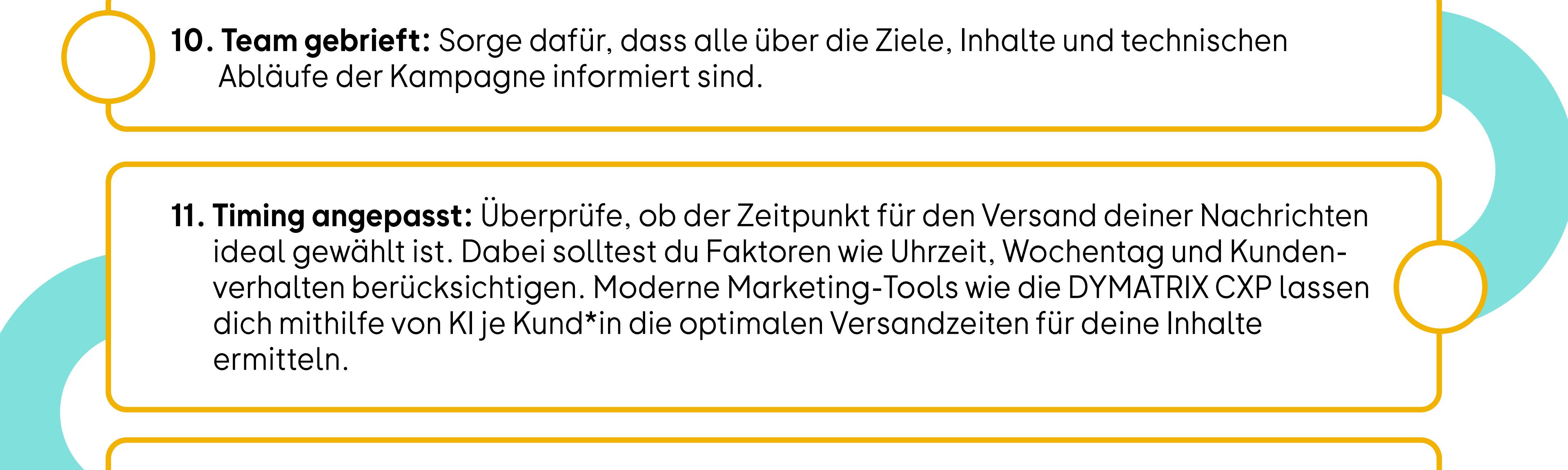
- 1. Die richtige Software ausgewählt:** Für erfolgreiche Triggerkampagnen brauchst du die passende Software. Für optimale Ergebnisse sollte sie dich wie die DYMATRIX CXP mit künstlicher Intelligenz unterstützen, um alle deine Daten und Kanäle miteinander zu verknüpfen und personalisierte Inhalte zu den definierten Triggern auszuspielen.
- 2. Realistische KPIs definiert:** Lege messbare Erfolgskriterien wie Öffnungsraten, Klicks oder Conversions fest. Ohne klare KPIs kannst du den Erfolg deiner Kampagne nicht bewerten und sie nicht gezielt optimieren.
- 3. Relevante Trigger festgelegt:** Stelle sicher, dass deine Trigger sinnvoll gewählt sind – z. B. Warenkorbabbrüche, Kundenjubiläen oder Inaktivität. Sie bilden die Grundlage für relevante und personalisierte Aktionen.
- 4. Omnichannel-Kompatibilität sichergestellt:** Vergewissere dich, dass die Kampagne auf allen geplanten Kanälen – z. B. E-Mail, Push-Benachrichtigungen oder Direct Mail – reibungslos funktioniert. Konsistenz über alle Touchpoints ist entscheidend für ein stimmiges Erlebnis.

Wichtig: Am Anfang deiner KI-gestützten Triggerkampagne steht eine saubere Datengrundlage. Sorge also im Vorfeld dafür, dass die KI in Tools wie der DYMATRIX CXP auf alle relevanten Daten zugreifen und sie richtig nutzen kann.

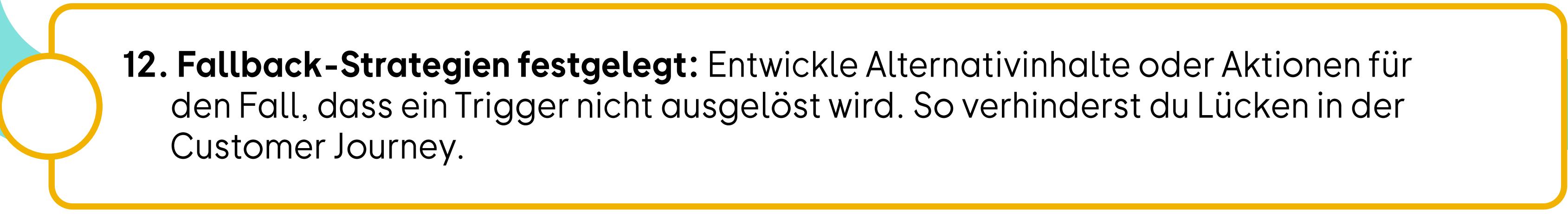
- 
- 5. Personalisierte Inhalte entwickelt:** Prüfe, ob deine Inhalte auf die Bedürfnisse und Vorlieben der Zielgruppe(n) abgestimmt sind. Je individueller die Ansprache, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass deine Botschaft gut ankommt.
 - 6. Emotionale Ansprache berücksichtigt:** Deine Botschaften sollten nicht nur faktenbasiert, sondern auch emotional überzeugend sein. Das baut Vertrauen auf und stärkt die Bindung zu deinen Kund*innen.
 - 7. Automatisierungsregeln überprüft:** Kontrolliere, ob die Automatisierungsregeln sinnvoll eingerichtet sind. Fehlerhafte Regeln können zu falschen oder nicht relevanten Ausspielungen führen.
 - 8. Analytics-Tools integriert:** Echtzeit-Analysen der Datenquellen helfen dir bei der schnellen Optimierung deiner Kampagne. Tools wie die DYMATRIX CXP bieten dafür umfassende Analysemöglichkeiten.
 - 9. Compliance und Datenschutz sichergestellt:** Entsprechen alle Kampagnenelemente den geltenden Datenschutzrichtlinien? Dazu gehört zum Beispiel das Einholen der Einwilligung für personalisierte Kommunikation.



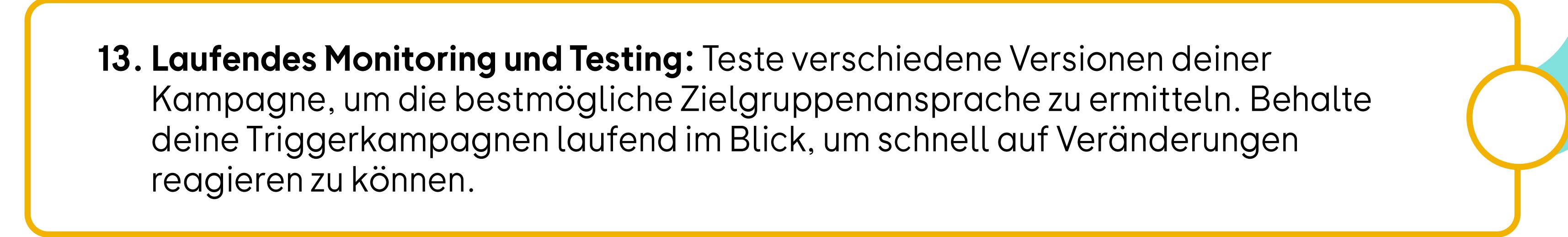
10. Team gebrieft: Sorge dafür, dass alle über die Ziele, Inhalte und technischen Abläufe der Kampagne informiert sind.



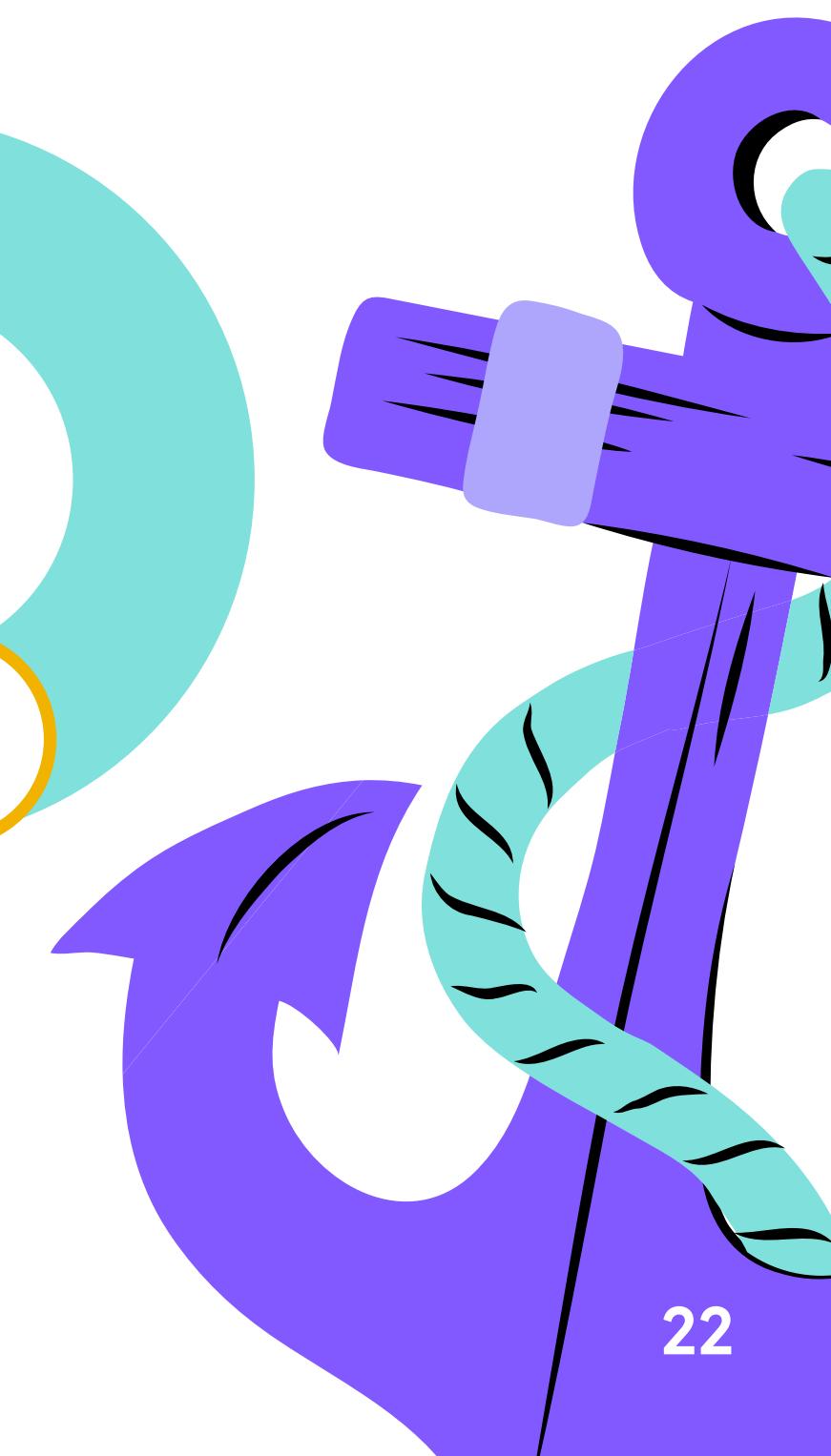
11. Timing angepasst: Überprüfe, ob der Zeitpunkt für den Versand deiner Nachrichten ideal gewählt ist. Dabei solltest du Faktoren wie Uhrzeit, Wochentag und Kundenverhalten berücksichtigen. Moderne Marketing-Tools wie die DYMATRIX CXP lassen dich mithilfe von KI je Kund*in die optimalen Versandzeiten für deine Inhalte ermitteln.



12. Fallback-Strategien festgelegt: Entwickle Alternativinhalte oder Aktionen für den Fall, dass ein Trigger nicht ausgelöst wird. So verhinderst du Lücken in der Customer Journey.



13. Laufendes Monitoring und Testing: Teste verschiedene Versionen deiner Kampagne, um die bestmögliche Zielgruppenansprache zu ermitteln. Behalte deine Triggerkampagnen laufend im Blick, um schnell auf Veränderungen reagieren zu können.



SIEBEN PRODUKTE, EINE PLATTFORM

Die **DYMATRIX Customer Experience Platform** ist deine Lösung für reibungslose, holistische Triggerkampagnen. Dafür sorgen sieben starke Produkte:

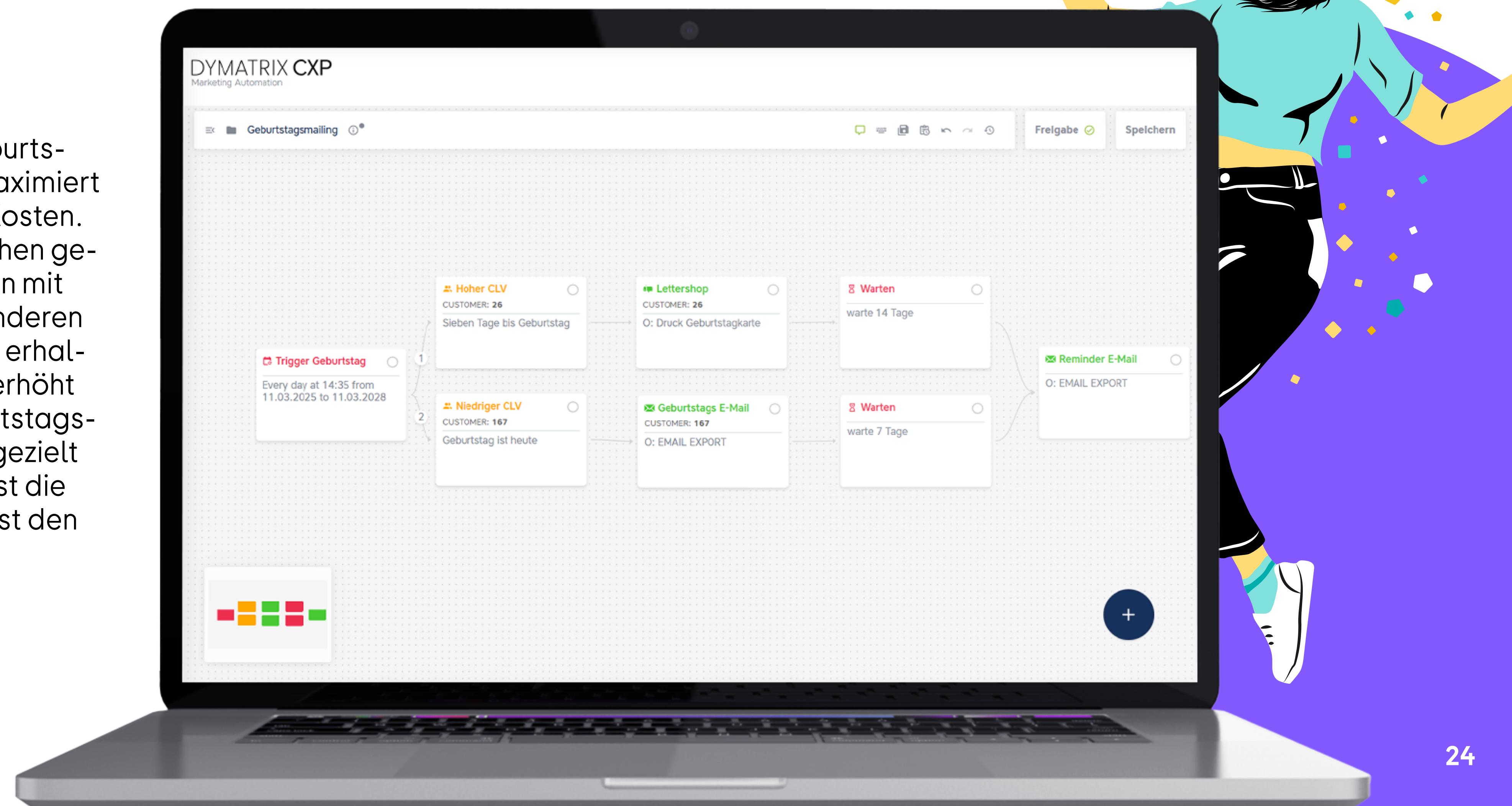
- 1 Die **Customer Data Platform** konsolidiert Daten aus allen Kanälen und bietet eine 360° Sicht auf deine Kund*innen – natürlich DSGVO-konform.
- 2 Mit **Marketing Automation** erreichst du deine Kund*innen zielgerichtet und personalisiert an allen Touchpoints der Customer Journey.
- 3 **Customer Analytics** liefern dir Trends und Muster deiner Daten in aussagekräftigen Dashboards und flexiblen Deep-Dive-Analysen.
- 4 Steigere mit **Predictive Analytics** den Kampagnen-ROI durch KI-gestützte Personalisierung mit Modellen wie Next Best Offer und Churn Prevention.
- 5 Das **CRM** bietet dir einen Überblick über die Kundenprofile und ermöglicht deren Verwaltung sowie schnelles und intelligentes Handeln bei Anfragen und Beschwerden.
- 6 Erhalte mit **Web Analytics** tiefgreifende Einblicke in das Verhalten deiner Kund*innen für datenbasierte Entscheidungen.
- 7 Mit **Personalization** spielst du deinen Kund*innen personalisierte Empfehlungen in Echtzeit aus.

**DYMATRIX CXP
AUF OMR REVIEWS**



UND SO SIEHT'S ZUM BEISPIEL AUS:

Happy Birthday! Diese Geburtstags-Trigger-Kampagne maximiert den Impact bei minimalen Kosten. Hochwertige Postkarten gehen gezielt an wertvolle Kund*innen mit hohem CLV, während alle anderen eine kosteneffiziente E-Mail erhalten. Ein digitaler Reminder erhöht die Einlösequote von Geburtstagsrabatten. So investierst du gezielt dort, wo es sich lohnt, stärkst die Kundenbindung und steigerst den Umsatz.



BEREIT FÜR DEINE ERSTE TRIGGERKAMPAGNE?

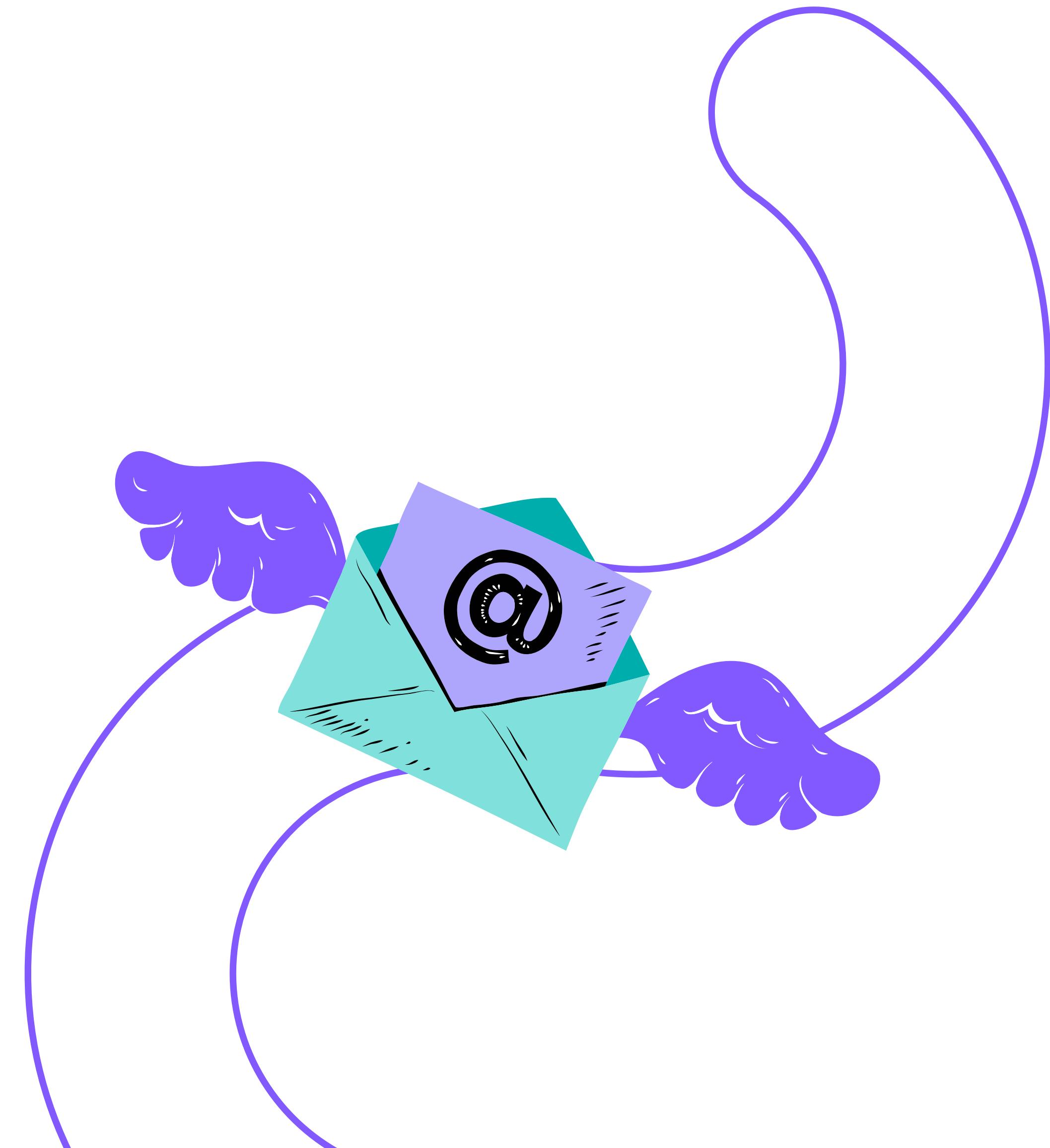
Willst du deine Kund*innen künftig zielgerichteter und personalisiert ansprechen? Dann melde dich bei den Expert*innen von DYMATRIX:



MARK GERHARD
Teamlead New Business

 m.gerhard@dymatrix.de

 www.dymatrix.de



WER HAT'S GEMACHT?



OMR Reviews bringt Transparenz in den SaaS-Markt. Über 50.000 Bewertungen echter Nutzer*innen für mehr als 8.000 Softwares geben Orientierung, die lange gefehlt hat. Auf OMR Reviews bekommen Unternehmen in über 400 Kategorien hilfreiche Einblicke in Softwarelösungen und können so unabhängige Software-Kaufentscheidungen treffen.



LYNN HACH

Projektmanagerin



CHANTAL SEITER

Redakteurin



NILS KNÄPPER

Redakteur



MARK GERHARD

Teamlead New Business



**DYMATRIX
CXP AUF
OMR REVIEWS**

lynn.hach@omr.com

omr.com/de/reviews

chantal.seiter@omr.com

omr.com/de/reviews

nils.knaepper@omr.com

omr.com/de/reviews

m.gerhard@dymatrix.de

www.dymatrix.de