

**RAIFFEISEN**

# **DIGITALISIERTE, DATEN- GETRIEBENE UND KUNDEN- ORIENTIERTE MARKETING AUTOMATION**

# RAIFFEISEN: DIGITALISIERTE, DATEN- GETRIEBENE UND KUNDENORIENTIERTE MARKETING AUTOMATION

**Implementierung von Salesforce Marketing Cloud  
und Interaction Studio in den MarTech-Stack der  
Raiffeisen Bank International.**

In Österreich ist Raiffeisen Bank eine führende Kommerz- und Investmentbank für die 1.000 Top-Unternehmen des Landes. In CEE deckt das Netzwerk des Konzerns den Großteil der Region ab. 17,7 Millionen Kunden werden in rund 1.800 Geschäftsstellen in den Bereichen Corporate, Retail und Investment Banking betreut.

STRATEGIE, BERATUNG, USER EXPERIENCE, DESIGN, TECHNISCHE IMPLEMENTIERUNG, KONFIGURATION, TESTING, SCHULUNGEN, SALESFORCE MARKETING CLOUD, INTERACTION STUDIO



# Digitalisierte, datengetriebene & kundenorientierte Marketing Automation

In Österreich ist Raiffeisen Bank eine führende Kommerz- und Investmentbank für die 1.000 Top-Unternehmen des Landes. In CEE deckt das Netzwerk des Konzerns den Großteil der Region ab. 17,7 Millionen Kunden werden in rund 1.800 Geschäftsstellen in den Bereichen Corporate, Retail und Investment Banking betreut.

## Die Herausforderung

- Digitalisierung und Personalisierung der Kundenansprache in Werbung und CRM

## Unser Ansatz

- Ganzheitlicher Ansatz
- Schnelle Umsetzung
- Enge Zusammenarbeit mit dem Kunden

## Das Ergebnis

- Erfolgreiche Implementierung der Salesforce Marketing Cloud und Interaction Studio in RBIs MarTech Stack

STRATEGIE, BERATUNG, USER EXPERIENCE, DESIGN, TECHNISCHE IMPLEMENTIERUNG, KONFIGURATION, TESTING, SCHULUNGEN, SALESFORCE MARKETING CLOUD, INTERACTION STUDIO

## Die Herausforderung

Raiffeisen Bank International (RBI) setzt auf **Digitalisierung, Personalisierung und Kundenzentrierung**. Deshalb verlagert sie ihre Kommunikation in Werbung und CRM auf **datengesteuerte Omnichannel-Kommunikation**.

Für dieses Projekt wurden Salesforce Marketing Cloud und Interaction Studio ausgewählt und in RBIs MarTech Stack implementiert. So kann die kundenorientierte Marketingautomatisierung in großem Maß durchgeführt werden.



# Our approach



## Ganzheitlicher Ansatz

Wir designten die technische Marketing-Technologie-Architektur, halfen bei der Erstellung der Datenstrategie, konfigurierten die Tools und schulten die Mitarbeiter\*innen in den Netzwerkbanken, um das beste Ergebnis für RBI zu schaffen.



## Schnelle Umsetzung

Durch einen neuen Ansatz zur Konvergenz von Marketing, Kommunikation und Technologie erreichte RBI es mit unserer Unterstützung in kürzester Zeit als branchenweiter Trendsetter anerkannt zu werden.



## Agile & kooperative Teamarbeit

Fachleute der RBI arbeiten in agilen Teams mit unseren Experten zusammen, um das Projekt im Ökosystem der Banken des RBI-Netzwerks umzusetzen.

## Das Ergebnis

In vollständig agiler und kooperativer Teamarbeit unterstützen wir RBI bei der Integration von Salesforce Marketing Cloud und Interaction Studio in die RBI MarTech- und Datenlandschaft.

Das Projekt läuft in **mehreren CEE-Ländern**. Die involvierten Netzwerkbanken profitieren von unserem umfassenden Wissen über digitale Marketinginstrumente und deren Integration in komplexe technische Architekturen. So schaffen wir den idealen Kontext, um die Anforderungen der RBI gemeinsam als ein Team zu erfüllen.

Durch unser strategisches Team aktivieren wir digitales Marketing, Technologie und kreatives Know-how und richten agile Überprüfungen ein, um die Ausrichtung auf die für die RBI definierten strategischen Ziel sicherzustellen.



“ Wir haben vor weniger als einem Jahr mit der Implementierung von Salesforce begonnen und konnten dank der hervorragenden Zusammenarbeit bereits in wenigen Wochen über ausgewählte Kanäle in vier Netzwerkbanken mit unseren Kunden kommunizieren. Die Experten von Merkle passen perfekt in unser agiles Team und bringen der RBI und ihren Netzwerkbanken jeden Tag einen hohen Mehrwert. Die Zusammenarbeit und der Transfer von betriebswirtschaftlichem Know-how funktionieren auf sehr professioneller Ebene. ”



**Igor Sopcak,**  
Project-Owner &  
Retail CRM Strategy Manager,  
Raiffeisen Bank