

eSponse Referenzen

Referenzen und Projekterfahrung seit 2000

26 Jahre CRM-, Kommunikations- und Response-Kompetenz

Gute CRM-Lösungen entstehen nicht allein durch Software. Sie entstehen durch das Verständnis von Kommunikation, Zielgruppen, Organisationsstrukturen und konkreten Arbeitsprozessen.

Seit dem Jahr 2000 wurden eSponse und weitere CRM-, Response- und Kommunikationssysteme in unterschiedlichen Unternehmen und Organisationen eingesetzt. Die Projekte reichten von klassischen Mailing- und Call-Center-Lösungen über digitale Response-Verfahren bis hin zu integrierten Kommunikationsplattformen, automatisierten CRM-Prozessen und KI-gestützter Kommunikation.

Dabei stand stets eine zentrale Frage im Mittelpunkt:

Wie können Kontakte, Reaktionen und Kommunikationsprozesse so organisiert werden, dass sie schneller, verständlicher, persönlicher und besser auswertbar werden?

Die langjährige Projekterfahrung verbindet technische Entwicklung mit Kommunikationsplanung, Serviceorganisation, Zielgruppenverständnis und systematischer Auswertung. Dadurch entstanden Lösungen für Unternehmen, Marken, Medienhäuser, Mobilitätsanbieter, öffentliche Einrichtungen und Organisationen mit besonderen Kommunikationsaufgaben.

Ausgewählte Referenzunternehmen und Organisationen

Unternehmen oder Organisation	Branche und Kommunikationsumfeld
Beiersdorf	Konsumgüter, Marken- und Kundenkommunikation
BLUME2000	Einzelhandel, Kundenservice und Aktionskommunikation
Bahlsen	Lebensmittel, Markenkommunikation und Verbraucherreaktionen
Porsche	Automobilindustrie, Kunden- und Markenkommunikation
Verkehrsverbund Rhein Ruhr - VRR	Mobilität, Fahrgastinformation und Servicekommunikation
MDR	Medien, Zuschauerkommunikation und redaktionelle Prozesse
Bertelsmann	Medien, Dienstleistungen und Kundenkommunikation
Depesche/Diddlmaus	Marken-, Fan- und Zielgruppenkommunikation
KiKA	Kinder-, Eltern-, Zuschauer- und Medienkommunikation
7Mobile	Mobile-Communication

Unternehmen oder Organisation	Branche und Kommunikationsumfeld
Coloyal	Vertriebsunterstützung
Leifheit	Haushaltsartikel, Service
GfK	Konsumforschung
ODVS	Callcenter
SIXT	Autovermietung

Zu den Unternehmen, Marken und Organisationen, die in den vergangenen Jahren eSponse oder weitere CRM-, Kommunikations- und Response-Systeme eingesetzt haben, zählen unter anderem:

Diese Referenzen stehen beispielhaft für eine Vielzahl unterschiedlicher Projektanforderungen. Darüber hinaus wurden Systeme und Kommunikationslösungen für weitere nationale und internationale Unternehmen, Marken, Medienanbieter, Serviceorganisationen und öffentliche Einrichtungen entwickelt oder eingesetzt.

Unterschiedliche Branchen - eine gemeinsame Aufgabe

Die Anforderungen der einzelnen Organisationen waren sehr verschieden. Ein Konsumgüterunternehmen benötigt andere Kommunikationsprozesse als ein Medienhaus, ein Verkehrsverbund oder eine Kinderredaktion.

Gemeinsam war den Projekten jedoch die Aufgabe, große Mengen unterschiedlicher Kontakte und Reaktionen strukturiert zu bearbeiten.

Dazu gehörten beispielsweise:

- Kundenanfragen
- Verbraucherreaktionen
- Zuschauerpost
- Programmfeedback
- Beschwerden
- Servicefälle
- Gewinnspielteilnahmen
- Abstimmungen
- Produktanfragen
- Mailing-Reaktionen
- telefonische Kontakte
- digitale Formulare
- SMS-Antworten
- Aktionscodes
- QR-Code-Reaktionen
- redaktionelle Rückmeldungen
- Beteiligungs- und Dialogformate

Die Systeme wurden jeweils an die Organisation, die Zielgruppen, die Kommunikationskanäle und die notwendigen Arbeitsabläufe angepasst.

Projekthalte von 2000 bis 2026

1. CRM- und Kontaktdatenmanagement

Aufbau und Pflege zentraler Kontakt-, Kunden- und Zielgruppendatenbanken.

Zu den Projekthalten gehörten:

- Erfassung und Verwaltung von Kontakten
- Zusammenführung unterschiedlicher Datenquellen
- Zielgruppenbildung
- Kontakthistorien
- Dublettenprüfung
- Einwilligungsverwaltung
- Adressprüfung
- Datenimporte und Datenmigrationen
- Rollen- und Berechtigungskonzepte

2. Mailing- und Dialogmarketing-Projekte

Planung, Durchführung und Auswertung von postalischen und digitalen Mailing-Aktionen.

Typische Leistungen waren:

- Zielgruppenauswahl
- personalisierte Mailings
- Serienbriefe
- E-Mail-Kampagnen
- Newsletter
- Informationsaktionen
- mehrstufige Kontaktstrecken
- Aktions- und Antwortkarten
- Response-Erfassung
- Rückläuferbearbeitung
- Kampagnenauswertung

3. Call-Center- und Hotline-Services

Entwicklung und Unterstützung telefonischer Kommunikations- und Serviceprozesse.

Dazu gehörten:

- Inbound-Call-Center-Prozesse
- Outbound-Aktionen
- Informationshotlines
- Servicehotlines
- Aktionshotlines
- Beschwerdhotlines
- Rückrufservices
- telefonische Befragungen
- Terminservices

- Gesprächsdokumentation
- Weiterleitung und Eskalation
- Auswertung von Kontaktgründen

4. SMS- und Mobile-Response-Verfahren

Bereits vor der heutigen Messenger-Kommunikation wurden mobile Response-Verfahren in CRM-Prozesse integriert.

Projekthinhalte waren unter anderem:

- SMS-Mailings
- SMS-Response
- SMS-Kurznummern
- Keyword-Aktionen
- SMS-Gewinnspiele
- SMS-Abstimmungen
- mobile Informationsservices
- Terminbestätigungen
- Statusmeldungen
- Opt-in- und Opt-out-Verfahren
- mobile Kurzbefragungen

5. QR-Code- und digitale Aktionsprozesse

QR-Codes und digitale Links verbanden klassische Medien, Verpackungen, Veranstaltungen und Printaktionen mit digitalen Response-Prozessen.

Dazu gehörten:

- QR-Code-Informationsseiten
- QR-Code-Gewinnspiele
- QR-Code-Abstimmungen
- Registrierungsprozesse
- personalisierte QR-Codes
- dynamische QR-Codes
- Landingpages
- Kurzlinks
- Aktionscodes
- Coupon- und Teilnahmeverfahren
- digitale Check-ins
- Response-Auswertungen

6. Gewinnspiele, Aktionen und Beteiligungsverfahren

CRM-Systeme wurden für die vollständige Organisation von Aktionen und Teilnahmeverfahren eingesetzt.

Typische Projektbestandteile waren:

- Aktionsplanung
- Teilnehmerverwaltung
- Eingangsprüfung
- Einwilligungsmanagement

- Gewinnspielabwicklung
- Auslosung
- Gewinnerkommunikation
- Voting-Verfahren
- Publikumsabstimmungen
- Wettbewerbe
- Einsendungen
- Upload-Prozesse
- Aktionsauswertung
- Nachbearbeitung von Reaktionen

7. Medien- und Zuschauerkommunikation

Für Medienhäuser und Rundfunkorganisationen wurden besondere Kommunikationsprozesse entwickelt.

Dazu gehörten:

- Zuschaueranfragen
- Programmfeedback
- Programmbeschwerden
- redaktionelle Rückmeldungen
- Publikumsreaktionen
- Themenzuordnung
- Weiterleitung an Redaktionen
- Aktions- und Gewinnspielkommunikation
- Zuschauerbefragungen
- Auswertung von Themen und Stimmungen
- Wissens- und Antwortdatenbanken

8. Kinder- und Elternkommunikation

Ein besonderer Schwerpunkt entwickelte sich im Bereich der geschützten Kinder-, Eltern- und Zielgruppenkommunikation.

Projekthalte waren:

- kindgerechte Kommunikationsprozesse
- Elternkommunikation
- redaktionelle Kinderaktionen
- Kinderfragen und Rückmeldungen
- Beteiligungsangebote
- Gewinnspiele und Wettbewerbe
- Einwilligungs- und Rechteprüfung
- Jugendschutzanforderungen
- Moderation von Einsendungen
- altersgerechte Antworten
- datenschutzgerechte Bearbeitung
- strukturierte Weiterleitung an Fachbereiche

9. Mobilitäts- und Fahrgastkommunikation

Für Mobilitätsanbieter und Verkehrsorganisationen wurden Informations- und Serviceprozesse strukturiert.

Dazu gehörten:

- Fahrgastanfragen
- Informationsservices
- Beschwerden
- Rückmeldungen zu Verbindungen und Angeboten
- Störungsinformationen
- Kontaktgrundanalysen
- Servicefälle
- Weiterleitung an Fachabteilungen
- Mobilitätsbefragungen
- Auswertung von Fahrgastreaktionen

10. Service- und Beschwerdemanagement

CRM- und Response-Systeme unterstützten die vollständige Bearbeitung von Servicefällen.

Typische Funktionen und Leistungen waren:

Vorgangserfassung,

Ticketbearbeitung,

Zuständigkeitssteuerung,

Wiedervorlagen,

Fristen,

Eskalationen,

Antwortvorlagen,

Freigaben,

Beschwerdebearbeitung,

Reklamationsmanagement,

Qualitätskontrolle,

Abschluss und Dokumentation.

11. Analyse und Kommunikationsforschung

Kontakte und Reaktionen wurden nicht nur bearbeitet, sondern systematisch ausgewertet.

Zu den Analyseprojekten gehörten:

Response-Analysen,

Kontaktgrundanalysen,

Themenanalysen,

Zielgruppenanalysen,

Trendbeobachtung,

Kampagnenauswertung,

Servicequalitätsmessung,

Zufriedenheitsanalysen,
Stimmungsanalysen,
Wirkungsanalysen,
Reporting und Managementberichte.

So wurde aus einzelnen Kontakten organisationsrelevantes Kommunikationswissen.

12. Interne Kommunikation und Zusammenarbeit

Mit der Weiterentwicklung der Systeme wurde die interne Zusammenarbeit zunehmend wichtiger.

Projekthinhalte waren:

- Teamkommunikation
- Aufgabensteuerung
- Übergaben zwischen Fachbereichen
- gemeinsame Bearbeitungsstände
- Wissensdatenbanken
- technische Abstimmungen
- redaktionelle Abstimmungen
- Freigabeprozesse
- interne Informationsbereiche
- NetBoard-Strukturen
- persönliche digitale Arbeitsplätze

13. Wissensmanagement und Anwenderunterstützung

CRM-Systeme wurden um Lern-, Wissens- und Unterstützungsfunktionen erweitert.

Dazu gehören:

FAQ-Systeme,

Antwortbausteine,

Prozessbeschreibungen,

Anwenderdokumentationen,

Info-Snacks,

Lern-Snacks,

kontextbezogene Hilfen,

rollenbezogene Informationen,

Online-Wissenszugriff,

situative Anwenderschulung.

14. Automatisierung und intelligente Prozesssteuerung

Wiederkehrende Aufgaben wurden schrittweise automatisiert.

Dazu gehörten:

- automatische Eingangsbestätigungen
- regelbasierte Zuordnungen
- Routing

- Wiedervorlagen
- Fristüberwachung
- Serienprozesse
- Trigger-Mailings
- automatische Statusinformationen
- Klassifikationen
- Workflow-Steuerung
- automatische Dokumentation

15. KI-gestützte CRM- und Kommunikationsprozesse

In den aktuellen Systemgenerationen wird künstliche Intelligenz zu einer integrierten CRM-Leistung.

Zu den neuen Projektfeldern gehören:

automatische Anliegenerkennung,
 Zusammenfassung von Kontakten,
 Klassifikation von Themen,
 Priorisierung von Vorgängen,
 KI-gestütztes Routing,
 Antwortvorschläge,
 Textunterstützung,
 Wissenssuche,
 Gesprächs- und Textanalyse,
 Next Best Action,
 automatische Dokumentation,
 kontrollierte KI-Agenten,
 Qualitäts- und Freigabeverfahren.

26 Jahre Entwicklung

Die Projekte der vergangenen 26 Jahre zeigen zugleich die Entwicklung des CRM:

2000 bis 2005

Im Mittelpunkt standen Kontaktdatenbanken, Mailings, Call-Center-Prozesse, Hotlines und klassische Response-Erfassung.

2006 bis 2010

CRM wurde zunehmend multimedial. E-Mail, SMS, Webformulare, Gewinnspiele und digitale Aktionsverfahren wurden miteinander verbunden.

2011 bis 2015

Mobile Kommunikation, Social Media, QR-Codes und kanalübergreifende Serviceprozesse gewannen an Bedeutung.

2016 bis 2020

CRM entwickelte sich zur integrierten Kommunikationsplattform. Daten, Teams, Services, Kampagnen und Analysen wurden enger miteinander verbunden.

2021 bis 2025

Wissensmanagement, persönliche digitale Arbeitsplätze, Automatisierung, NetBoard-Strukturen und situative Lernangebote erweiterten die klassischen CRM-Funktionen.

Seit 2026

eSponse entwickelt sich zum Response Operating System. Kommunikation, Zusammenarbeit, Wissen, Analyse, Services und KI werden in einer gemeinsamen Systemarchitektur organisiert.

Erfahrung, die weiterentwickelt wird

Die Referenzen der vergangenen Jahre stehen nicht nur für abgeschlossene Projekte. Sie bilden die Grundlage für die Weiterentwicklung von eSponse.

Aus klassischen CRM-, Mailing- und Call-Center-Anwendungen entstand schrittweise eine umfassende Kommunikationsplattform. Heute verbindet eSponse:

- externe Zielgruppenkommunikation
- interne Zusammenarbeit
- Aktionen und Reaktionen
- Services und Vorgänge
- Daten und Wissen
- Analysen und Forschung
- Automatisierung und KI

eSponse

26 Jahre Erfahrung mit Kontakten, Kommunikation, Reaktionen und CRM-Prozessen - weiterentwickelt für die Anforderungen von 2026 und darüber hinaus.