

cobra® Anwenderbericht

Festspiele Mecklenburg-Vorpommern gGmbH

Die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern sind mit jährlich über 100 erstklassigen Konzerten das drittgrößte Musikfestival in Deutschland. Seit 1990 sind in den Sommermonaten namhafte Solisten und Dirigenten, renommierte Orchester und Chöre, die internationale „Junge Elite“ sowie die Preisträger der Festspiele Mecklenburg-Vorpommern zu Gast und bieten landesweit vom Klützer Winkel bis Usedom Musik auf höchstem Niveau. Das cobra CRM-System unterstützt den Konzertveranstalter auf allen Ebenen: insbesondere in Marketing, Vertrieb, Kartenservice und Call-Center.

Zwei Adresswelten blockierten einen Vertrieb

„Vor der Einführung von cobra arbeiteten wir mehr oder weniger mit angezogener Handbremse. Die Marketing- und Vertriebsarbeit setzte auf einer lokalen Access-Datenbank auf, in der allerdings nur ein kleiner Teil unserer Kundenadressen gepflegt wurde. Der immer größer werdende Teil an Adressen bestand in unserem Online-Buchungssystem „TicketWeb“. Auf diese Adressen hatten wir jedoch keinen direkten Zugriff und konnten sie somit auch nicht für unsere aktive Vertriebsarbeit nutzen,“ so Manuela Nowak, Leiterin Marketing, Vertrieb & Kartenservice. Es musste also eine Lösung gefunden werden, um die stetig wachsende Zahl der Adressen aus dem Online-Buchungssystem zur Bearbeitung verfügbar zu machen, aktuell zu halten und mit dem Altbestand zusammenzuführen.

cobra individuell vernetzt

Für den langjährigen cobra Partner astendo war schnell klar, dass die CRM-Software cobra hier genau das richtige Produkt zur richtigen Zeit war. Denn die Architektur von cobra lässt zusätzlich zu den vielfältigen CRM-Funktionalitäten die reibungslose Zusammenarbeit mit

anderen Programmen, wie hier zum Online-Buchungssystem, über Schnittstellen zu. Als cobra Spezialisten mit starkem Entwickler-Knowhow stellte das Projekt eine willkommene Herausforderung dar, die Möglichkeiten mit cobra einmal mehr auszuschöpfen.

In drei Schritten zur perfekten Informationsbasis

Erster Schritt des Projektes war zunächst die Installation von cobra bei den 25 Anwendern des Marketing- und Vertriebsteams sowie die Datenübernahme aus der vorhandenen Access-Datenbank. Im Anschluss wurden Formate für Etiketten, Einzel- und Serienbriefe so an die Bedürfnisse der Mitarbeiter angepasst, dass perfekte Dokumente per Klick ausgegeben werden konnten.

Der zweite Schritt der Umsetzung umfasste die Schnittstelle zum Online-Buchungssystem. Zunächst wurde der dort vorhandene Datenbestand mit den cobra Adressen abgeglichen und übernommen. Seit diesem Zeitpunkt werden alle Veränderungen und neue Adressen aus dem Online-System täglich automatisch in cobra übernommen. Und da es sich bei der Eigenentwicklung der astendo



„Mit cobra hat unser Team alle Informationen für die zielgerichtete und individuelle Kundenansprache zur Hand. Auf einen Blick und in einem System.“

Manuela Nowak, Leiterin Marketing, Vertrieb & Kartenservice

Im Überblick

Die Festspiele Mecklenburg-Vorpommern gGmbH ist Veranstalter von über 100 Konzerten in ca. 70 verschiedenen Spielstätten in ganz Mecklenburg-Vorpommern.

Eingesetzte Lösung:

- cobra CRM PLUS
- Schnittstelle zum Online-Ticketssystem „TicketWeb“

Anzahl Lizenzen: 25

Einsatzbereich:

Marketing, Vertrieb und Kartenservice

Klarer Vorteil für das Unternehmen:

Die Daten aus unterschiedlichen Systemen werden automatisch und regelmäßig in eine Datenbasis zusammengeführt. Das sorgt für absolute Transparenz und ermöglicht Kundenservice auf höchstem Niveau.

Betreuender cobra Partner:



astendo GmbH

Top Tegel Haus
Wittestraße 30 L, 13509 Berlin
Telefon 030 2000 543-0
Telefax 030 2000 543-21
Andreas.Mueller@astendo.de
www.astendo.de

cobra erfolgreich im Einsatz bei:



Festspiele Mecklenburg-Vorpommern gGmbH

Lindenstraße 1, 19055 Schwerin
Tel.: 0385-59185-0
Fax: 0385-59185-10

GmbH um eine bidirektionale Schnittstelle auf XML-Basis handelt, werden alle Änderungen selbstverständlich auch in beide Richtungen abgeglichen. Ein echtes Highlight für das Team ist das Ergebnis: eine Übersicht über alle Vorgänge direkt beim jeweiligen Kunden. D.h. in einer Zusatztabelle bei der Adresse in cobra kann jeder Mitarbeiter sofort sehen, welche Konzerte und Spielstätten vom Kunden schon einmal besucht wurden oder derzeit gebucht bzw. reserviert sind.

Im dritten Schritt wurden die Schlüsselinformationen für das interne Call-Center noch besser aufbereitet und visualisiert: Geht ein Anruf ein, zeigt cobra über die angebundene Telefonie direkt den Anrufer an. In einem speziell für das Call-Center entwickelten Ansichtsbereich sieht der Mitarbeiter nun, ob der Anrufer ein A-, B- oder C-Kunde ist, aus welchem Bundesland er kommt und welche Art von Konzert und Spiel-

stätte er bevorzugt. Und damit nicht genug: per Klick kann die Entfernung vom Kunden zu den verschiedenen Spielstätten ermittelt werden, um weitere Konzerte in der Nähe anbieten zu können. „Unsere Kunden rufen uns an, um einen entspannten musikalischen Abend zu buchen. Mit cobra sorgen wir schon im Vorfeld für eine stressfreie Atmosphäre, einen perfekten Kunden- und Ticket-Service und letztlich einen begeisterten Kunden.“ erzählt Frau Nowak sichtlich zufrieden mit den enormen Fortschritten durch die umfassende cobra Lösung.

Direktmarketing à la carte

Nicht nur bei eingehenden Anrufen macht cobra die Kommunikation mit Kunden und Interessenten einfacher. Das Zusammenspiel von cobra Statistiken und Recherchen ermöglicht dem Marketing auch eine sehr gezielte und individuelle Ansprache von Kunden. So

werden zum Beispiel Jazz-Liebhaber ebenso schnell wie Klassik-Fans ermittelt und über spezielle Angebote der Region per Post, E-Mail oder Telefon informiert.

Die nächste cobra-Ausbau-Stufe ist geplant

Für die Festspiele Mecklenburg Vorpommern und die astendo GmbH geht die erfolgreiche Projektarbeit weiter. Als nächstes Etappenziel sollen die Auswertungen in cobra ausgebaut und perfektioniert werden, um Analysen über die Auslastung von Konzerten und Spielstätten während und nach der Spielzeit grafisch und tabellarisch übersichtlich auszugeben.



1 Ein Dialog zeigt die Entfernung vom Wohnort des Kunden zu den verschiedenen Spielstätten. So können die Mitarbeiter im Handumdrehen passende Alternativangebote aufzeigen.

2 Ein spezieller Ansichtsbereich mit wichtigen Zusatzinformationen wie Kundengruppe oder bevorzugte Preisgruppe wurde zusätzlich in die Ansicht integriert.

