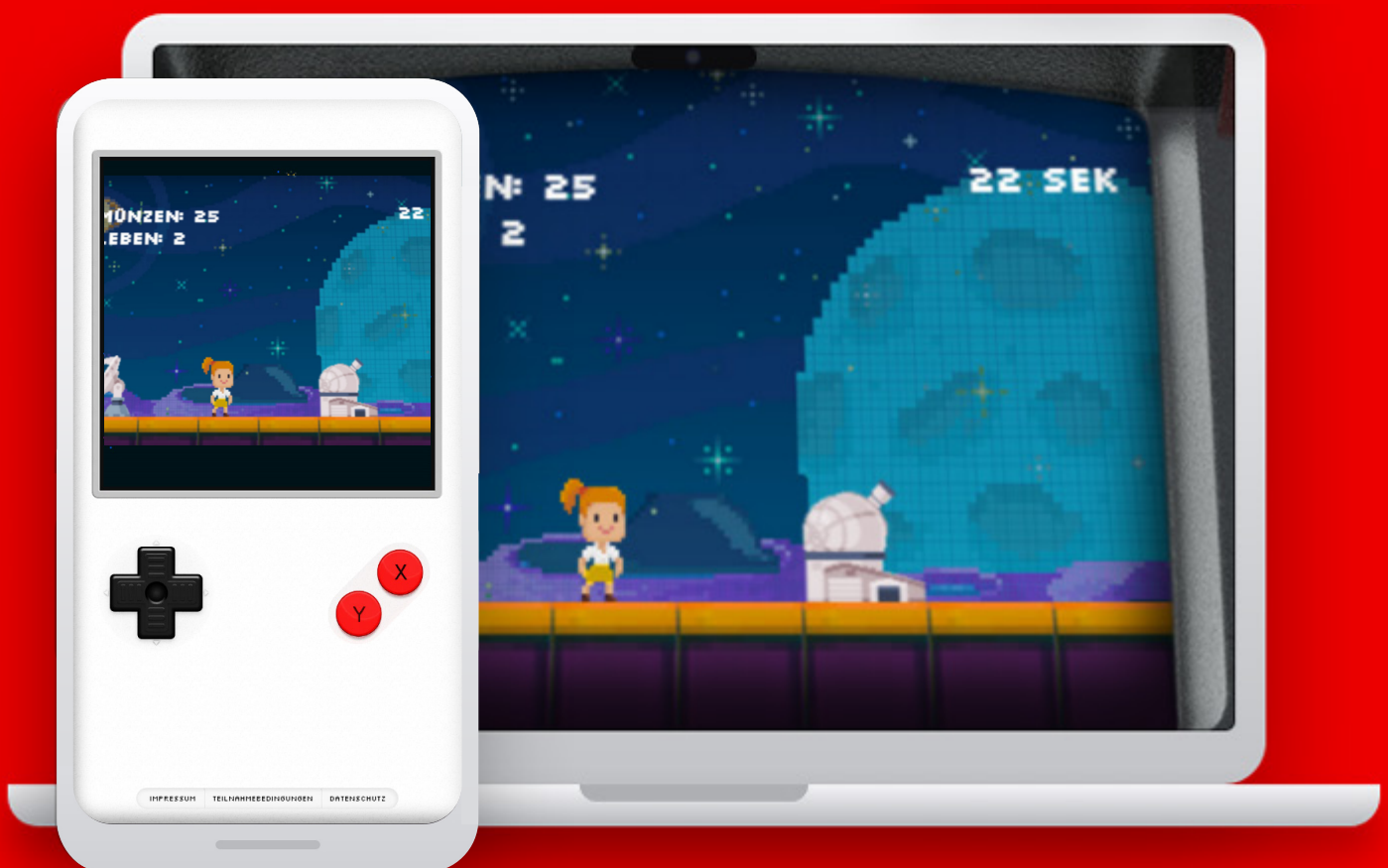


Handbuch

One-to-One-Dialogkampagne

DAS NÄCHSTE LEVEL



Bei Fragen melden Sie sich bitte beim:

Kundenservice S-Communication Services GmbH

☎ Telefon: 0711/782-22122

✉ E-Mail: kundenservice@s-communication.de

Wir beraten Sie gerne!



Handbuch One-to-One-Kampagne

Inhaltsverzeichnis

1	Hintergrund.....	1
2	Registrierung bei Erstteilnahme.....	2
3	Bestellung.....	3
4	Freigabe der Landingpage	10
5	Freigabe Brief-Mailing	10
6	Freigabe Online-Medien.....	19
6.1	E-Mailing	19
6.2	Online- und Mobile-Banking-Banner	21
6.3	Facebook- und Instagram-Inhalte.....	23
7	CRM-Tool.....	30
8	Echtzeit-Reporting-Tool.....	40
9	E-Mail-Vorlagen	42
10	Ermittlung der Gewinnerin/des Gewinners	43

1 Hintergrund

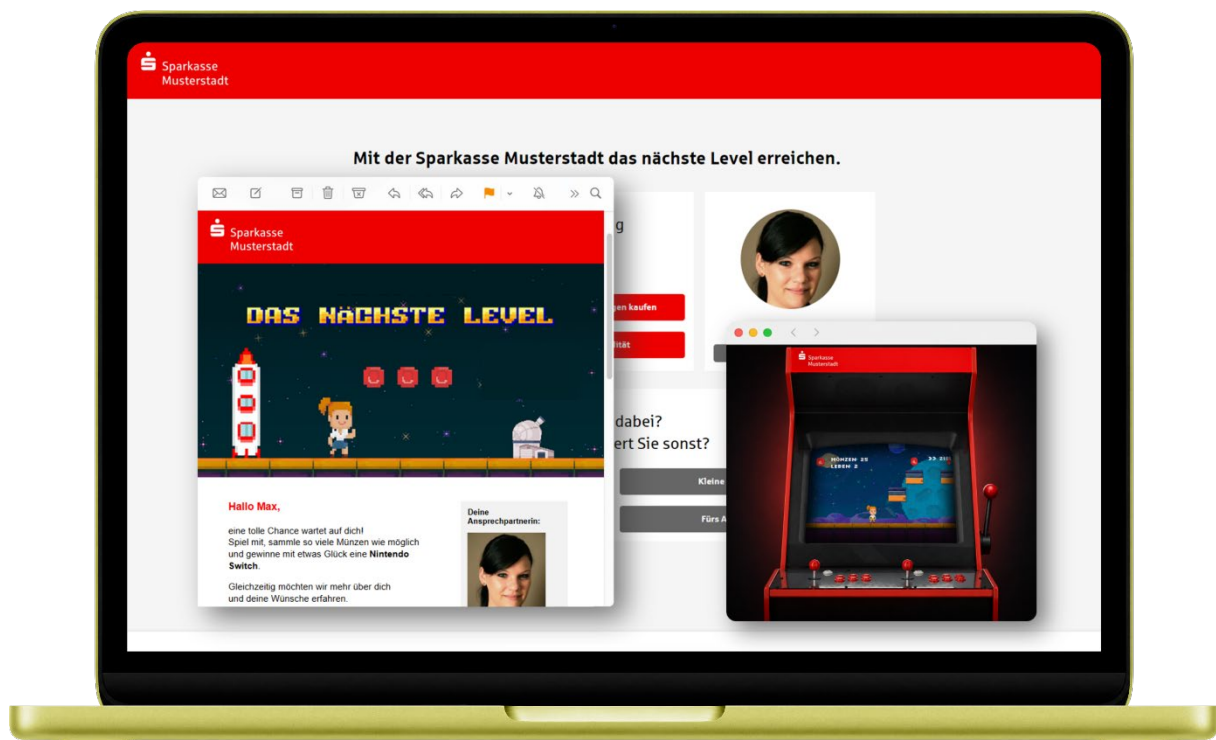
„Das nächste Level“ –

Für deutlich mehr Geschäft mit Neu- und Bestandskundinnen und -kunden

Das Leben ist voller Veränderungen – gerade bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Wann wird die Schule abgeschlossen? Steht ein Studium oder eine Ausbildung an? Wird auf ein Eigenheim gespart? All diese Fragen sind für Sie als Finanzdienstleister bei Ihren jungen Kundinnen und Kunden von Interesse. Hierfür bietet sich die crossmediale One-to-One-Dialogkampagne „Das nächste Level“ an. Ein kurzweiliges Jump 'n' Run-Spiel mit der Aussicht auf einen Gewinn generiert Ihnen qualifizierte Leads für Beratungsgespräche in der Filiale oder per Videokonferenz.

Ihr Nutzen:

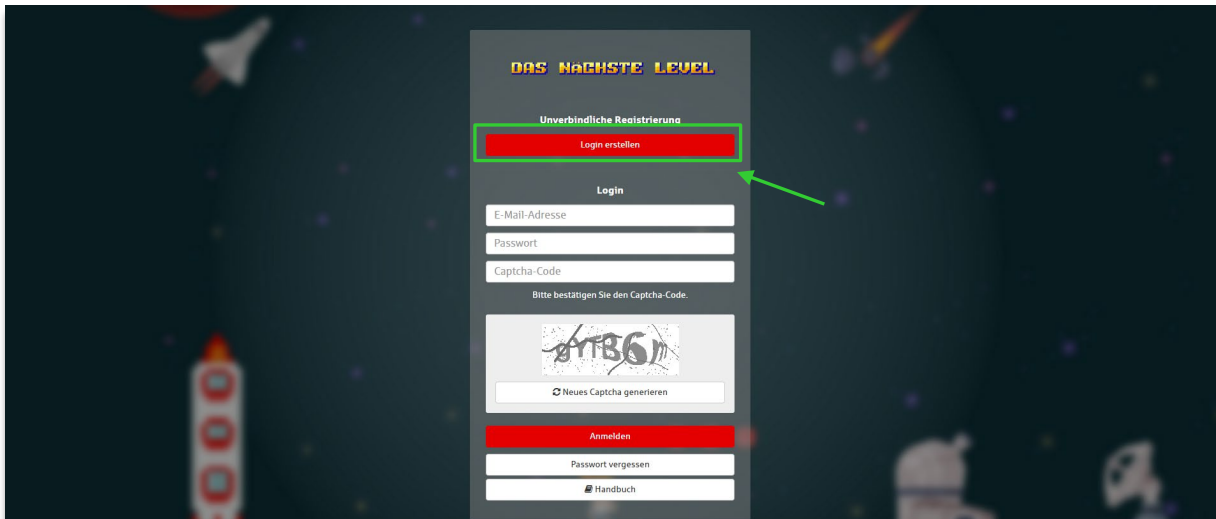
- ✓ Qualifizierte Kundenkontakte inkl. neuen Informationen
- ✓ Zahlreiche Anspracheanlässe in der Zukunft
- ✓ Neue Kontaktdaten der Kundinnen und Kunden
- ✓ Bedarf an Sparkassenprodukten identifizieren
- ✓ Bedarfsorientierte Beratung
- ✓ Gewinnung von Neukundinnen und -kunden
- ✓ CRM-Tool mit E-Mail-Benachrichtigung
- ✓ Vorstellung der Sparkassenberatenden



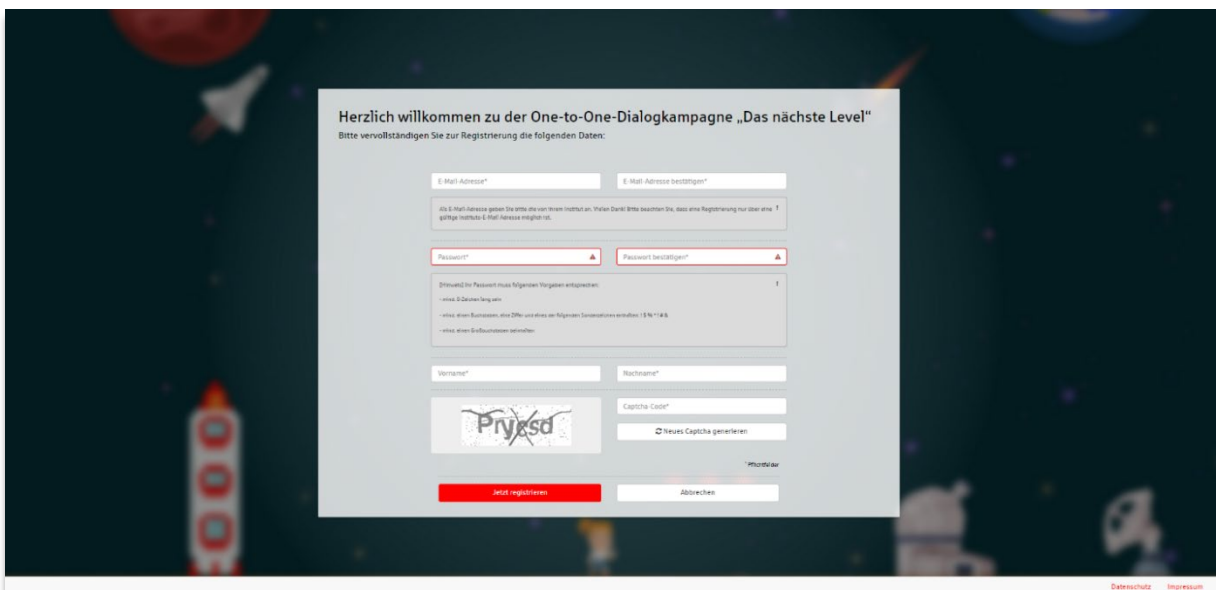
2 Registrierung bei Erstteilnahme

Die Bestellung der Kampagne erfolgt nicht wie gewohnt über den Business-Shop. Stattdessen müssen Sie eine separate Webseite aufrufen und sich dort einmalig registrieren. Falls Sie bereits an der Kampagne teilgenommen haben, entfällt dieser Schritt.

Rufen Sie die Webseite unter <https://kampagne-das-naechste-level.de> auf.

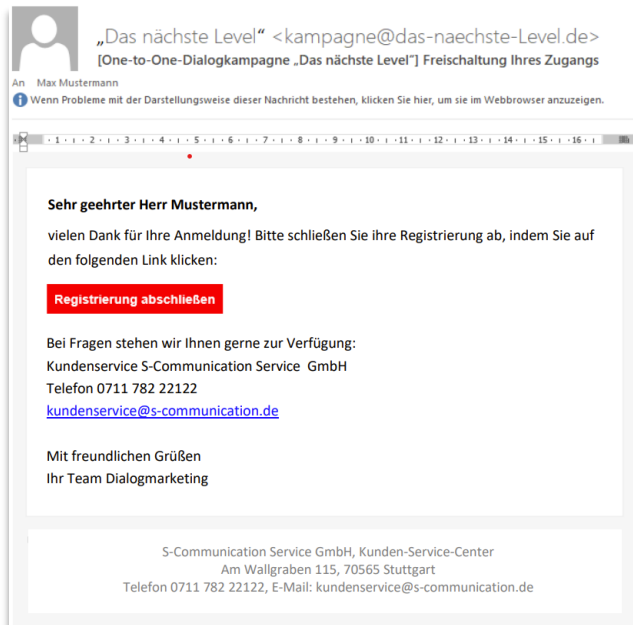


1. Um für die Anmeldung einen Login zu erhalten, klicken Sie auf den Button „Login erstellen“.
2. Es öffnet sich ein Dialogfenster. Geben Sie Ihre Instituts-E-Mail-Adresse und Ihren Namen an und legen Sie ein individuelles Passwort fest. Bitte beachten Sie, dass nur E-Mail-Adressen Ihres jeweiligen Institutes zugelassen sind. Anschließend klicken Sie auf den Button „Jetzt registrieren“.



3. Anschließend wird anhand der E-Mail-Domain (die Angaben nach dem „@“-Zeichen) ein Abgleich mit der Datenbank (Sparkassenfachbuch) vorgenommen und bei

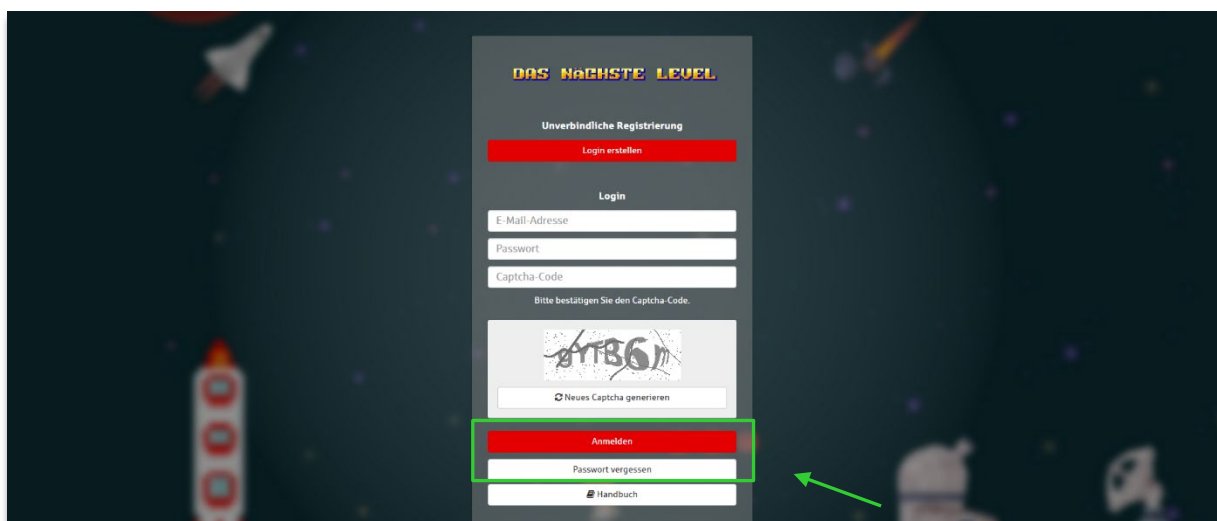
Übereinstimmung eine Doppel-Optin-Nachricht an die verwendete E-Mail-Adresse gesendet. Sie erhalten eine Bestätigungsmail mit einem Aktivierungslink.



3 Bestellung

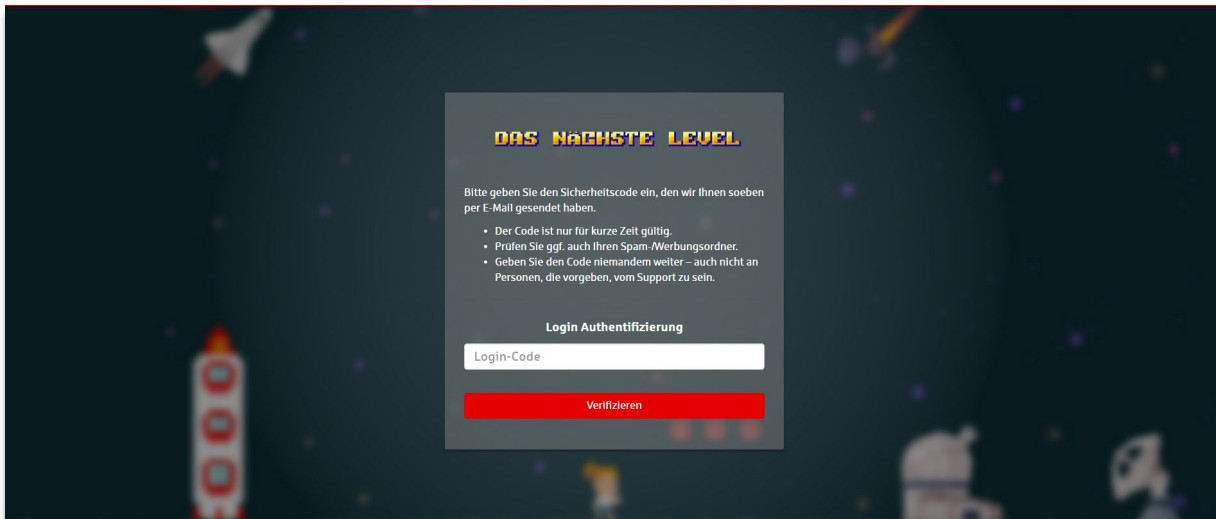
Nach der Registrierung können Sie sich ab sofort mit Ihren Zugangsdaten auf der Startseite <https://kampagne-das-naechste-level.de> über die Eingabefelder anmelden.

1. Füllen Sie die Felder aus, geben Sie den Captcha-Code ein und klicken Sie auf „Anmelden“.



Sollten Sie Ihr Passwort vergessen haben, können Sie sich ein Neues zusenden lassen. Klicken Sie dazu auf den weißen Button „Passwort vergessen“.

2. Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA)



Die 2FA ist eine zusätzliche Sicherheitsmaßnahme beim Anmeldevorgang. Sie schützt Ihren Zugang, indem neben der gewohnten E-Mail-Adresse und dem Passwort ein zweiter Verifizierungsschritt erforderlich ist.

Dies betrifft folgende Tools:

- ✓ Bestelltool
- ✓ CRM-Tool
- ✓ Reporting-Tool

So funktioniert die Anmeldung mit 2FA:

- 1) Rufen Sie die Anmeldeseite auf und geben Sie Ihre bekannten Zugangsdaten (E-Mail-Adresse und Passwort) ein.
 - 2) Nach erfolgreicher Passworteingabe wird automatisch ein einmaliger Sicherheitscode an Ihre hinterlegte Instituts-E-Mail-Adresse gesendet.
 - 3) Geben Sie diesen Code im entsprechenden Eingabefeld ein, um den Anmeldevorgang abzuschließen.
3. Scrollen Sie auf der geöffneten Bestellseite nach unten bis zum Abschnitt "Haben wir Ihr Interesse geweckt?".



Den Terminplan des aktuellen PAL-Termins können Sie über den Button „PDF-Bestellung- und Freigabeprozess“ einsehen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Mit wenigen Klicks können Sie über das nachfolgende Formular die Teilnahme an der Kampagne buchen.

Auftragsart:

☒ Ich nehme am Sammeltermin PAL 21.10.2026 teil.

 PDF | Bestell- und Freigabeprozess

4. Geben Sie Ihre Bestellung mit nur wenigen Klicks auf. Wählen Sie den Sammeltermine aus.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Mit wenigen Klicks können Sie über das nachfolgende Formular die Teilnahme an der Kampagne buchen.

Auftragsart:

☒ Ich nehme am Sammeltermin PAL 21.10.2026 teil.

 PDF | Bestell- und Freigabeprozess

5. Füllen Sie die Felder zu Ansprechpartner, Vertretung und Zahlungsweise aus. Wählen Sie abschließend die gewünschten Werbemittel aus.
Es stehen Ihnen verschiedene crossmediale Werbemittel zur Verfügung, um Ihre Kundinnen und Kunden gezielt auf die personalisierte Landingpage zu lenken. Diese können auch einzeln gebucht werden.

Zur Verfügung stehen:

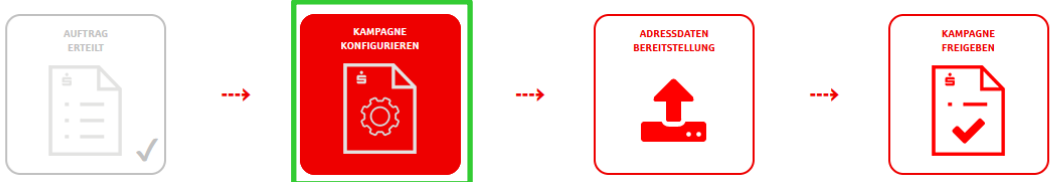
- ✓ Brief-Mailing (Sammelversand über KW-DPD): siehe [hier](#)
- ✓ E-Mailing: siehe [hier](#)
- ✓ Facebook- und Instagram-Inhalte: siehe [hier](#)
- ✓ Online- und Mobile-Banking-Banner: siehe [hier](#)

Die Landingpage kann nicht ausgewählt werden, da sie immer enthalten ist. Siehe [hier](#)

6. Lesen Sie sorgfältig die AGBs und die Datenschutzbestimmungen. Bitte bestätigen Sie diese. Anschließend Klicken Sie auf „Auftrag erteilen“.
7. Klicken Sie auf das Feld „Kampagne Konfigurieren“, um die Individualisierung der Kampagne vorzunehmen.



Nächste Schritte:



[Auftrag herunterladen](#)

Planungshilfen (Downloads)

[PDF | Musterpostkarte](#)

[PDF | E-Mailing Muster](#)

[ZIP | Online- und Mobile-Banking-Banner Vorlagen](#)

[ZIP | Social Media Vorlagen](#)

[PDF | Bestell- und Freigabeprozess](#)

Kampagnenansicht

[Präsentation](#)

Varianten:

[Sie-Version](#)

[Du-Version](#)

[Mobil](#)

Bei Fragen melden Sie sich bitte beim:

Kundenservice S-Communication Service GmbH
☎ Telefon 0711/782-22122
✉ E-Mail: kundenservice@s-communication.de
Gerne stehen wir Ihnen zu Verfügung!

Dazu gehören:

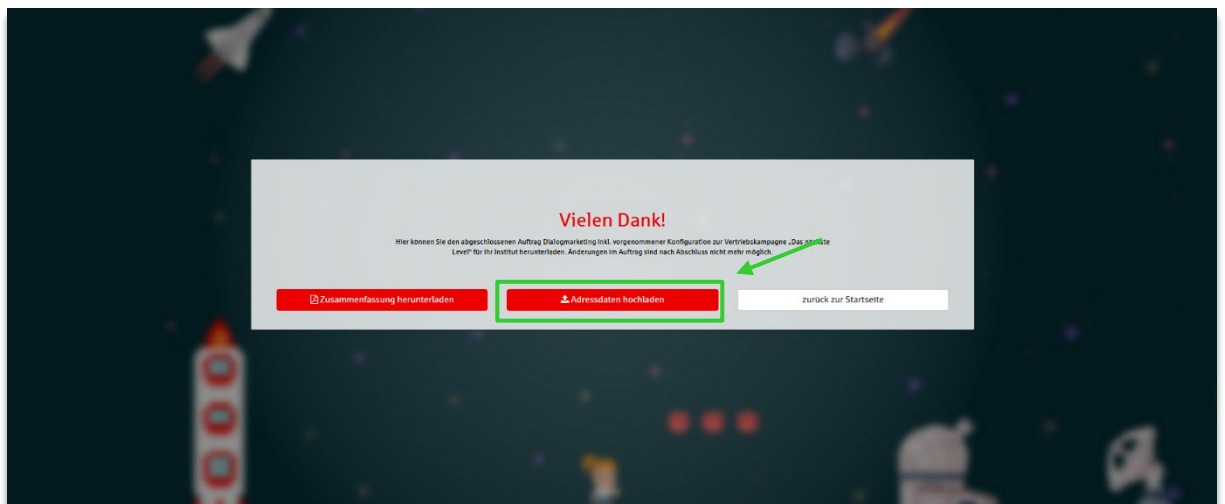
- ✓ Art der Ansprache der Kundin und des Kunden („Du“- oder „Sie“-Ansprache)
- ✓ One-to-One Dialogmicrosite (Impressum, vCard und Verlinkungen zu Ihrer Homepage)
- ✓ Verwaltung der Reagierer-Daten (wer soll die Live-Informationen über die Besuche der Kundinnen und Kunden erhalten?)
- ✓ Benachrichtigung (bei welcher Affinität soll eine Live-Information erfolgen?)
- ✓ Informationen zum Brief-Mailing (die Individualisierung und Prüfung der Brief-Mailings erfolgt in der KW-DPD)
- ✓ E-Mailing (Absenderadressen, Beraterbild, Kontaktdaten, Werbewiderspruch)
- ✓ Facebook- und Instagram-Inhalte (wer soll die Live-Information über die Besuche der Kundinnen und Kunden erhalten?)
- ✓ Informationen zum Online- und Mobile-Banking-Banner in der Internet-Filiale
- ✓ Informationen zu den Adressdaten
- ✓ Informationen zum Datenschutz
- ✓ Freies Eingabefeld für Besonderheiten oder Bemerkungen zur Bestellung

Generell finden Sie hier Planungshilfen mit Anleitungen zum Bestellprozess sowie Musterdateien.

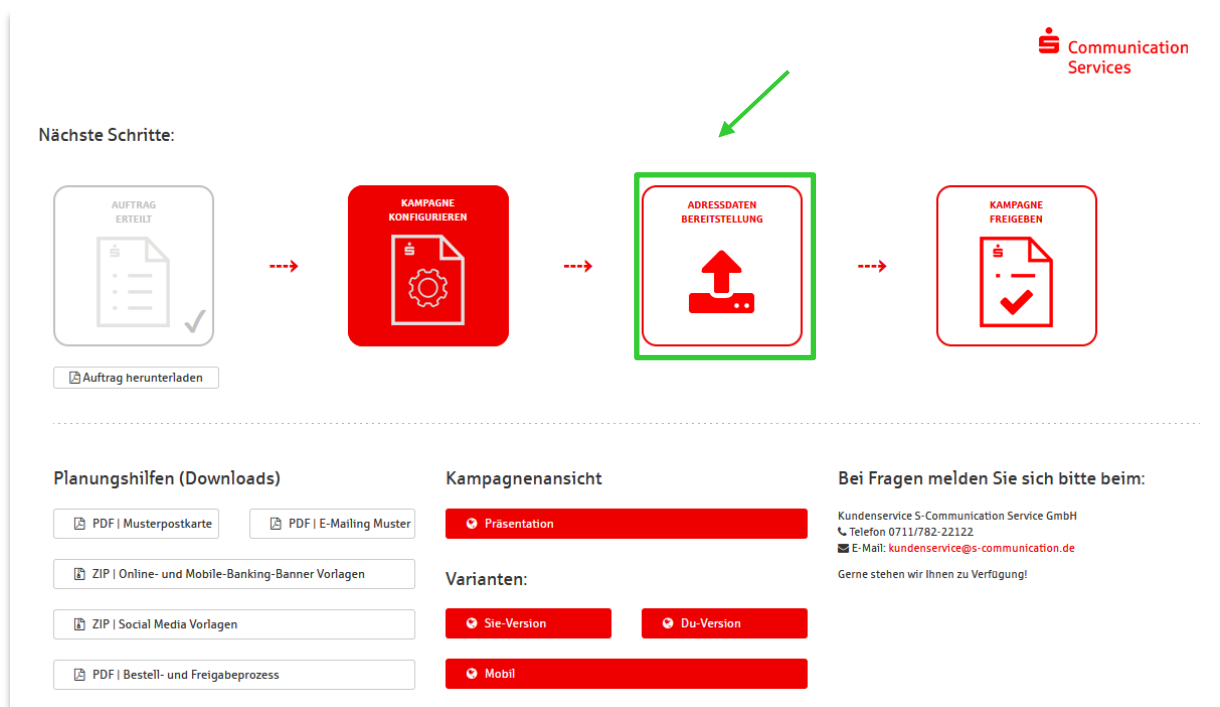


Bitte nehmen Sie sich die Zeit, das Formular gründlich auszufüllen. Nachträgliche Korrekturen erfordern weiteren Zeitaufwand und können zu zusätzlichen Kosten führen, die Ihnen in Rechnung gestellt werden. Solche Korrekturen könnten außerdem zu Verzögerungen beim Versand an Ihre Kundinnen und Kunden führen. Wenn Sie den Auftrag stornieren, behält sich die S-Communication Services GmbH das Recht vor, Ihnen die bis dahin entstandenen Kosten in Rechnung zu stellen.

8. Mit einem Klick auf den Button „Konfiguration freigeben“ schließen Sie die Individualisierung ab.
9. Die Adressdaten können direkt im Anschluss per Klick auf den Button „Adressen hochladen“ bereitgestellt werden. Bitte laden Sie diese bis zum Bestellschluss hoch. Dieses Datum können Sie dem Bestell- und Freigabeprozess-PDF entnehmen.



Alternativ können die Adressen auf der vorherigen (Übersichts-) Seite durch Klicken auf den Button „Adressen bereitstellen“ bereitgestellt werden.



10. Bitte bereiten Sie Ihre Adressdaten in der hinterlegten Excel-Datei entsprechend auf. Diese finden Sie auf der Seite oder [hier](#). Per Klick auf „Adressdaten hochladen“ werden die Adressen final bereitgestellt.



Bereitstellung der Adressdaten für den Auftrag: #70

Daten-Upload

Bitte wählen Sie über den gleichnamigen Button eine (lokale) Datei für den Upload aus. Mit Klick auf den Button „Adressdaten hochladen“ wird diese dann dem Kampagnensystem hinterlegt.

Zur Erinnerung: Für die Adressdaten existiert eine Datensatz-Beschreibung. Diese können Sie sich noch einmal [hier](#) herunterladen.

Sollten Sie auf der Kampagnenseite die Anzeige von Beraterbildern wünschen, so bitten wir Sie höflich die Bilddateien:

- als Portrait-Version und
- mit einer zuordbaren Dateibezeichnung

In einem Ordner und zusammen mit der Adressdatei als ein ZIP-File zur Verfügung zu stellen.

Vielen Dank!

Adressdatei für Upload auswählen*

- Erlaubte Dateitypen: CSV, XLS/XLSX oder ZIP
- Maximale Dateigröße: 100 MB

Bemerkungen zum Upload
(optional)

max. 255 Zeichen

Adressdaten hochladen

Abbrechen (ohne Speichern)

Upload-Historie

Upload-Datum	Dateiname	Hochgeladen von
noch kein Upload vorhanden		

Passwort zum Öffnen angereicherter Adressdaten (z.B. Online-Banner): **bf08a555**

* Pflichtfelder

Es folgt eine Bestätigung, dass der Upload der Daten erfolgreich war.



Bereitstellung der Adressdaten für den Auftrag: #59

Die Adressdaten wurden erfolgreich übertragen und zur Anreicherung vorgemerkt.

Zurück zur Übersicht



Sollten Sie auf der Kampagnenseite die Anzeige von Bildern der Beraterinnen und Berater wünschen, können Sie diese hier zusammen mit den Adressdaten in einem Zip-Ordner hochladen. Bitte achten Sie auf eine aussagekräftige Bezeichnung.

Nach der Einrichtung erhalten Sie separate E-Mail-Benachrichtigungen für die Freigabe der einzelnen Werbemittel. Diese Nachrichten enthalten ausführliche Anweisungen zum weiteren Vorgehen.

- ✓ [Brief-Mailing \(mit Link in die KW-DPD\)](#)
- ✓ [E-Mailing \(mit Beispielmail\)](#)
- ✓ [Online- und Mobile-Banking-Banner](#)
- ✓ [Facebook- und Instagram-Inhalte](#)

4 Freigabe der Landingpage

Bitte bestätigen Sie uns die Freigabe der Landingpage im Bestelltool: <https://kampagne-das-naechste-level.de>



Zu beachten ist, dass auf der Landingpage im Impressum und in den Datenschutzbestimmungen aus rechtlichen Gründen Ihre Sparkasse aufgeführt ist. Deshalb kann es in sehr seltenen Fällen zu Rückfragen an diese Angaben kommen. Gerne unterstützen wir Sie bei der Beantwortung von Fragen.

5 Freigabe Brief-Mailing

(gilt nur für Sparkassen, die das Brief-Mailing gebucht haben)

1. Sie erhalten eine E-Mail von kampagne@das-naechste-level.de mit dem Betreff „Vertriebskampagne ‚Das nächste Level‘ – Brief-Freigabe“.



Sehr geehrte/r ...,

wie gewünscht, haben wir bei der Vertriebskampagne „Das nächste Level“ Ihre Institutsdaten einschließlich der Adressdatensätze für den Brief-Versand hinterlegt.

Als neues Merkmal der Kampagne erfasst diese nun auch von den Targets die E-Mail-Adresse inklusive Optin für zukünftige Werbemaßnahmen!

Anbei finden Sie eine Beschreibung zum weiteren Vorgehen bzgl. der Freigabe des Briefversands.

(1.) KW-DPD

Die Freigabe des Drucks ist bereits von Ihnen in der KW-DPD erfolgt. Vielen Dank!

(2.) Bestelltool

Bitte geben Sie uns zu allem anderen – was nicht den Druck betrifft (z. B. die richtige Anzeige der Daten auf der Kampagnenseite bzw. im Kampagnen-CRM einschl. Benachrichtigungsprozess, exemplarisch mit einem Live-Target getestet) – ebenfalls eine Freigabe unter <https://www.kampagne-das-naechste-level.de>. Im Falle einer Beanstandung können Sie uns dort ebenfalls einen Hinweis zukommen lassen. Vielen Dank!

Die Zugangsdaten für die elektronischen Medien (Kampagnen-CRM und Reporting) gehen Ihnen separat in einer gesonderten E-Mail zu.

Bitte beachten Sie, dass, wie von Ihnen gewünscht, für Ihre Kunden die Teilnahme an der Kampagne am xx.xx.xxxx endet und am xx.xx.xxxx sämtliche Daten aus dem Kampagnensystem (einschl. der CRM- & Online-Informationen) gelöscht werden.

Mit freundlichen Grüßen
S-Communication Services

2. Die Individualisierung und Prüfung von Printmailings erfolgt in der Kommunikationswelt-Dialog, Print & Display (KW-DPD).
Unter diesem Link gelangen Sie zu Ihrem Brief-Mailing:

<https://dialog.kommunikationswelt.dsv-gruppe.de/login.do?byPath%28startpoint%29=family&byPath%28key%29=274832>

Sie prüfen hier die Karte, die Adressdrucke und die personalisierten Landingpages und geben ggf. Ihre Individualisierungen ein. Dazu klicken Sie auf das Mailing, um es zu individualisieren.



Es öffnet sich das Editiermenü. Auf der linken Seite können Sie (wie bei anderen Bestellungen auch) Änderungen vornehmen. Die Änderungen werden Ihnen dann auf der rechten Seite im Vorschaubereich angezeigt bzw. übernommen.

Bearbeiten der Variante

Variante "Das nächste Level" Mailing 2026, Sammelversand

Postauflieferung (PAL)

Infotext bearbeiten

Briefdatum

21.10.2026

☐ Schreibweise Briefdatum ändern

Logo

Kein Logo gewünscht

Anrede

Schriftgröße Anredezeile

12pt

☐ Standardanrede ⓘ
☒ Hallo <<Vorname>>
☐ Eigene Anrede

Inhalt

☒ persönlich
☐ förmlich

B *I*

(Standard)

(Standard)

X₂ X²

☰ ☷ ☵ ☶

☰ ☷ ☵ ☶

☰ ☷ ☵ ☶

☰ ☷ ☵ ☶

REC

eine tolle Chance wartet auf dich!

Spiel mit, sammle so viele Münzen wie möglich und gewinne mit etwas Glück eine **Nintendo Switch**. Gleichzeitig möchten wir mehr über dich und deine Wünsche erfahren.

Und so geht's: Scanne den QR-Code oder gib deinen Code unter **das-naechste-level.de** ein.

Wir drücken dir die Daumen!

37 %

Hallo Maximilian,

eine tolle Chance wartet auf dich! Spiel mit, sammle so viele Münzen wie möglich und gewinne mit etwas Glück eine **Nintendo Switch**. Gleichzeitig möchten wir mehr über dich und deine Wünsche erfahren.

Und so geht's: Scanne den QR-Code oder gib deinen Code unter **das-naechste-level.de** ein.

Wir drücken dir die Daumen!

AKTIVIERUNGSDATEN

Optionalfeld 01

Code:

Wenn Sie die Individualisierung nicht vollständig durchführen möchten, können Sie den aktuellen Stand jederzeit speichern. Die Speicherung ist dann über die KW-DPD im Archiv abrufbar.

12

3. Wenn Sie sowohl die Vorder- als auch die Rückseite des Brief-Mailings individualisiert haben, klicken Sie auf „Weiter“.

The screenshot shows a form titled 'Seite' with two tabs: 'Vorderseite' (highlighted in green) and 'Rückseite' (highlighted in red). Below the tabs, there is a section 'Im Archiv speichern' with a warning: 'Wenn Sie keine Bezeichnung angeben, wird das Werbemittel unter dem Namen 'In Bearbeitung' gespeichert. Achtung: zuvor unter dem gleichen Namen zwischengespeicherte Varianten werden überschrieben!'. This is followed by a 'Bezeichnung' text input field and a 'Kommentar zur Speicherung' text area. A 'Speichern' button is located below the comment area. At the bottom of the form, there are two buttons: 'Zurück' and 'Weiter' (highlighted with a green border).

4. Das Layout-PDF herunterladen und überprüfen (in diesem Freigabe-PDF sind derzeit nur die Platzhalter, z. B. für QR-Codes enthalten). Wenn alles in Ordnung ist, Häkchen bei „Bestätigung“ setzen und auf „Weiter“ klicken.

The screenshot shows the 'Überprüfung' (Check) page in a multi-step process. The breadcrumb trail at the top is: 'Variantenwahl > Meine Individualisierungen > Bearbeitung > Variantenkontrolle > Variantenkontrolle > Überprüfung'. The main heading is 'Überprüfung'. Under the 'Vorschau' (Preview) section, there is a text prompt 'Bitte laden Sie das Vorschau-PDF herunter und überprüfen Sie dieses.' and a 'Herunterladen' button. Below this, the 'Bestätigung' (Confirmation) section is highlighted with a green box. It contains a checkbox and the text 'Das PDF ist inhaltlich korrekt (vorbehaltlich der Personalisierung) und kann so gedruckt werden.' At the bottom, there are three buttons: 'Zurück', 'Weiter' (highlighted with a green border), and 'Admin Weiter'. The footer contains links for 'DATENSCHUTZERKLÄRUNG', 'IMPRESSUM', 'KONTAKT', and 'SYSTEMUPDATES'.

5. Datenschutz per Häkchen zustimmen.

Hinweis zum Datenschutz

* Verpflichtung
Datenschutz bzgl.
Kundendaten

☐ Für die Durchführung des Auftrags gelten der zwischen Ihrem Haus (Auftraggeber) und der S-Communication Services GmbH (Auftragnehmer) vereinbarte Auftragsverarbeitungsvertrag (AVV) in Verbindung mit der AVA Dialogmarketing und bei anschließendem Direktversand bspw. von Zeitschriften die AVA Versand.

Gegenstand und Dauer der Verarbeitung:

Gegenstand der Datenverarbeitung ist die Produktion und der Versand der Druckstücke für die ausgewählte Kampagne. Die Datenverarbeitung für die ausgewählte Kampagne beginnt mit dem Hochladen der Kundenadressen und endet zu dem von Ihnen für diese Kampagne ausgewählten Postauflieferungstermin.

Art und Zweck der verarbeiteten Daten:

Die Kundendaten werden für die Individualisierung der Druckstücke und deren Versand benötigt. Die Personennummer dient als eindeutiges Erkennungsmerkmal der hochgeladenen Kundenadressen. Sie wird zur Rückmeldung erkannten Adressfehlern verwendet und dient zur Aussortierung nachträglich gemeldeter Werbeverweigerungsadressen.

Laden Sie bitte stets nur diejenigen Kundendaten in unser System, die für das jeweilige Mailing tatsächlich erforderlich sind. Bitte beachten Sie, dass besonders sensible Kundendaten (Kontonummern, IBAN, Kontostände, Vertragsdaten etc.) ausschließlich in der für Sicherheitsmailings vorgesehenen Kategorie hochgeladen werden dürfen. Diese Sicherheitsmailings werden unter zusätzlichen, dem Schutzbedarf der Daten angemessenen Sicherheitsvorkehrungen produziert.

Kreis der Betroffenen:

Der Kreis der Betroffenen ergibt sich aus der von Ihnen selektierten Zielgruppe und somit direkt aus der Anzahl der von Ihnen hochgeladenen Kundenadressen (Auflage der Kampagne).

6. Wählen Sie bei der Auswahl der Adressen den Punkt „OSPlus Kampagnenmanagement Schnittstelle“. Über diese Schnittstelle stellen wir Ihnen die angereicherten Adressen zur Verfügung.

Wichtig: Sie selbst dürfen in der KW-D keine neuen Adressen hochladen!

Auswahl Adress-Quelle

* Auswählen

☐ Datei hochladen

☐ OSPlus Kampagnenmanagement Schnittstelle

Blacklist verwenden

☒

7. Wenn Sie den Punkt „OSPlus Kampagnenmanagement Schnittstelle“ ausgewählt haben, erscheint eine Tabelle wie unten dargestellt. Bitte wählen Sie hier die Adressdatei mit dem Namen „dasnaechstelevel2026“ aus. Klicken Sie anschließend auf „Weiter“.

Auswahl Adress-Quelle

☐ Auswählen
 ☐ Datei hochladen
 ☒ OSPlus Kampagnenmanagement Schnittstelle

Adressen auswählen

Optionen	Kampagnenname	Auftragsname	Erstellungsdatum	Anzahl Adressen
☒	dasnaechstelevel2026	mailing	03.06.2026	5119

Anzahl pro Seite 10

8. Adressprüfung: Optionsfelder werden für Printmailings nicht benötigt. Daher ist hier auch keine Prüfung erforderlich. Klicken Sie anschließend auf „Weiter“.

Zuordnungen der hochgeladenen Adressfelder

Bitte ordnen Sie die Felder Ihrer Adressdatei zu: Links sehen Sie die von der Variante benötigten Felder, in den DropDown-Boxen sehen Sie die in Ihrer Adressdatei enthaltenen Felder. Hier werden Ihnen zur besseren Übersicht jeweils die ersten drei Einträge aus der Adressdatei angezeigt.

* Personennummer	Personennummer:
* Titel	Titel: (leer), (leer), (leer)
* Anrede	Anrede: Herr, Frau, Herr
* Nachname	Nachname:
* Vorname	Vorname:
* Namensweiterung	Namenserweiterung: (leer), (leer), (leer)
* Briefanrede_Zeile1	Briefanrede_Zeile1: Hallo
* Briefanrede_Zeile2	Briefanrede_Zeile2: (leer), (leer), (leer)
* Strasse	Strasse:

* Optionsfeld_37

Optionsfeld_37: (leer), (leer), (leer)

* Optionsfeld_38

Optionsfeld_38: (leer), (leer), (leer)

* Optionsfeld_39

Optionsfeld_39: (leer), (leer), (leer)

* Optionsfeld_40

Optionsfeld_40: (leer), (leer), (leer)

* Auftragsteilnehmer-ID-Hash

Auftragsteilnehmer-ID-Hash: (leer), (leer), (leer)

Zurück

Weiter

DATENSCHUTZERKLÄRUNG

IMPRESSUM

KONTAKT

SYSTEMUPDATES

Prüfen der hochgeladenen Adressen

230117_DW2_DSV-Testadressen_541_V03_mit_Fehlern.xlsx

Adressen erneut hochladen

[Druck PDF](#)

Fehlerhafte Einträge (541)

Optionen	Personennummer:	Titel:	Anrede:	Nachname:	Vorname:	Namenserweiterung:	Briefanrede_Zeile:
	^ v	^ v	^ v	^ v	^ v	^ v	^ v
  	1000000001		Eheleute	NouwiNtaNm - NutNid NutNid	ViwVmuVi		Sehr geehrte Eheleute VouwiVtaVm - VutVid VutVid
  	1000000002		Frau	Nsfddsölfjoi	Zwdas		Sehr geehrte Frau BoVxVay
  	1000000003	Firma A-Z Nklzoelbetäspibubwkkh	Frau	UNkuNi	TiaVq	Nklzoelbetäspibubwkkh	Sehr geehrte Frau UVkuVi
  	1000000004		Herrn	NanNo	VVogVixe	A	Sehr geehrter Her VanVo
  	1000000005		Herrn	HaNoN	LuVveVzVe		Sehr geehrter Her HaVov

→Die Adressprüfung ist abgeschlossen:

9. Herunterladen der Freigabe-Dokumente. Anschließend „Weiter“ klicken.

Hier können Sie zur Überprüfung ein PDF herunterladen, das pro Berater ein Mailing enthält.

 [PDF je Berater](#)

[Zurück](#) [Weiter](#)

10. Preisberechnung, anschließend auf „Weiter“ klicken.

Druckerei und Preisberechnung

Vorlagen-Gruppe 275 030 001 (Sammelversand)

Anzahl 5.119

Druckerei Für die gewählte Variante stehen Ihnen folgende Druckereien zur Verfügung

Produzent	Mailing	Gesamtpreise	AGB	Preisliste
☒ Systemdruckerei:	5.119 275 030 001 (Sammelversand)		AGB	
	Preis für 5.119 Stück	1.781,41 EUR		
	zzgl. Fixkosten	149,00 EUR		
	Gesamtpreis:	1.930,41 EUR		
	inkl. Verpackung, zzgl. Versand			

Die angegebenen Kosten dienen der beispielhaften Kalkulation. Bei Änderungen durch Druck- und Portooptimierung werden diese in Ihrer Abrechnung angepasst.

Pflichtfeld

[Zurück](#) [Weiter](#)

Hinweis: Diese Abbildung enthält nur eine exemplarische Preisberechnung.

11. Laden Sie das letzte Freigabe-PDF herunter und überprüfen Sie es. Bitte denken Sie daran, auch über die QR-Codes auf die Landingpage zu gehen und damit auch die Funktionalität der Überleitung zur Landingpage sowie die Landingpage zu testen. Die Testdaten werden vor dem PAL wieder zurückgesetzt, sodass die Codes wieder funktionieren.

Sollten Sie etwas finden, das Sie gerne geändert hätten, können Sie dies angeben unter: <https://kampagne-das-naechste-level.de>.

Hinweis: Betrifft die Änderung nur die Landingpage (und nicht das Printmailing/den Druck) können Sie vorab das Printmailing in der KW-DPD freigeben.

DSV Kommunikationswelt

Kampagnen Anbieter **Produkte** Kontakt & Hilfe Meine Daten Weitere Anwendungen

Anzeigen
Beratungsmedien
Briefbogen
Broschüren
Flyer
Gutscheine
Hüllen
Karten
Kalender
Mailings
Adressdatenprüfung
Anschreiben
Anschreiben
mehrseitig
Anschreiben +
Beilage
Postkarte
Selfmailer

> Bearbeitung > Überprüfung > Hochladen Ihrer Kundenadressen > Zuordnungen der hochgeladenen Adressfelder > Prüfen der hochgeladenen Adressen > Druckereiwahl > Kontakt- und Kontodaten > Bestellungskontrolle > Buchung

Auftrag erteilen

Mit einem Klick auf "Jetzt bestellen" bestätigen Sie Ihren Auftrag. Eine Stornierung ist dann nur noch direkt beim Auftragnehmer möglich!

★ Freigabe-PDF Bitte laden Sie das Freigabe-PDF herunter und überprüfen Sie dieses anhand des Hilfe-PDFs.
[Herunterladen](#)

Hilfe-PDF [Hilfe zum Freigabe-PDF](#)

★ Bestätigung ☐ Das Freigabe-PDF ist inhaltlich korrekt und kann so gedruckt werden.

Eine Bestellung per LoginFor ist nicht möglich!

[Zurück](#)

Wenn es keine Beanstandungen gibt, bestätigen Sie die Freigabe. Damit ist die Freigabe Ihrer Printmailing-Bestellung abgeschlossen.

Hilfe-PDF [Hilfe zum Freigabe-PDF](#)

★ Bestätigung ☐ Das Freigabe-PDF ist inhaltlich korrekt und kann so gedruckt werden.

Eine Bestellung per LoginFor ist nicht möglich!

[Zurück](#)

Nachdem Sie das Mailing in der KW-DPD final freigegeben haben, erhalten Sie eine Bestellbestätigung per E-Mail.

6 Freigabe Online-Medien

6.1 E-Mailing

(gilt nur für Sparkassen, die das E-Mailing gebucht haben)

Nutzen Sie die elektronische Kommunikation, um Ihre Kundinnen und Kunden über deren E-Mail-Adressen zu erreichen. Das Mailing wird individuell gestaltet und enthält einen Zugangslink, für den keine Code-Eingabe erforderlich ist. Für Sie entsteht kein zusätzlicher Aufwand, da die Abwicklung und der Versand durch die DSV-Gruppe unter Verwendung Ihrer Absenderadresse erfolgt.

1. Sie erhalten eine E-Mail von kampagne@das-naechste-level.de mit dem Betreff „Vertriebskampagne ‚Das nächste Level‘ – Freigabe der elektronischen Medien“. Wenn Sie mehrere elektronische Medien (E-Mailing, Online- und Mobile-Banking-Banner, Facebook- und Instagram-Inhalte) gebucht haben, werden diese gesammelt in einer E-Mail aufgeführt.



Sehr geehrte/r ...,

wie gewünscht, haben wir bei der Vertriebskampagne „Das nächste Level“ Ihre Institutsdaten einschließlich der Adressdatensätze für den E-Mail-Versand, die Ansprache über den Online-Banking-Banner sowie Ihren Facebook- und Instagram-Auftritt hinterlegt. Vielen Dank für die Beauftragung!

Anbei finden Sie eine Beschreibung zum weiteren Vorgehen.

(1.) E-Mail (Setup/Versand)

Der E-Mail-Versand, so wie von Ihnen gewünscht, erfolgt über die Domain @das-naechste-level.de (als Absender).

Bitte beachten Sie: Die Kunden klicken ab dem Versand der E-Mails auf Ihre Landingpage. Dort ist aus rechtlichen Gründen in den Datenschutzbedingungen der/die Datenschutzbeauftragte Ihrer Sparkasse genannt und im Impressum bzw. in den Datenschutzbedingungen Ihr Institut genannt. Deshalb kann es in sehr seltenen Fällen zu Rückfragen an diese kommen. Gerne unterstützen wir Sie bei der Beantwortung von Fragen.

Im Anschluss an diese Nachricht erhalten Sie ein Beispiel für eine E-Mail an den Kunden (zu Freigabezwecken von der Absenderadresse: kampagne@das-naechste-level.de).

Dabei bitten wir Sie höflich, diese E-Mail

- mit den dabei beispielhaft verwendeten Daten zu überprüfen und
- bei keiner Beanstandung auf der Onlinebestell-/konfigurationsseite der One-to-One-Kampagne unter www.kampagne-das-naechste-level.de, und anschließend über den rechten Button in der Tabelle freizugeben.

Im Falle einer Beanstandung können Sie uns ebenfalls über den zuvor genannten Weg einen Hinweis zukommen lassen. Vielen Dank!

Variante 1:

Der E-Mail-Versand erfolgt über die Domain [@das-naechste-level.de](mailto:info@das-naechste-level.de) (als Absender).

Variante 2:

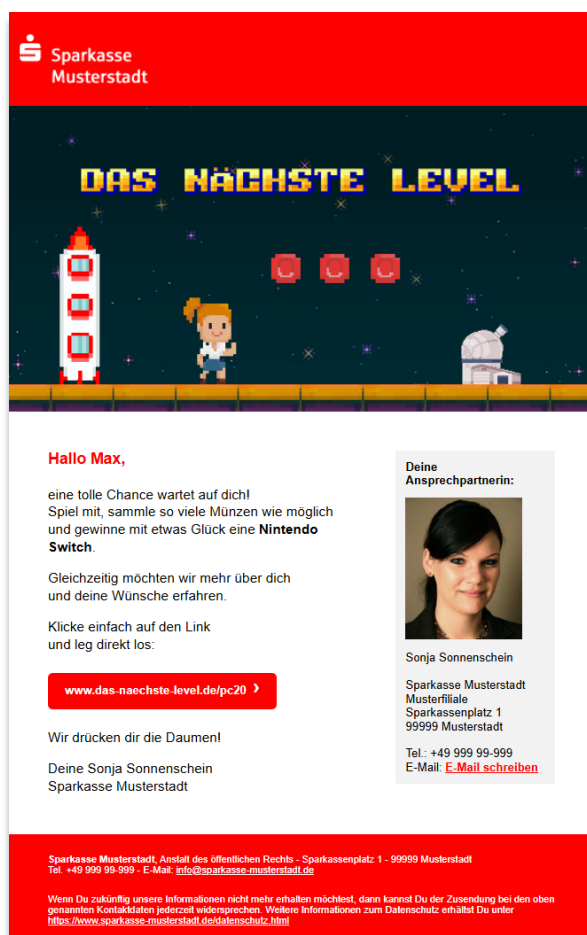
Der E-Mail-Versand erfolgt über Ihre eigene E-Mail-Adresse. Hierzu bitte folgendermaßen vorgehen:

Hinterlegen Sie folgende Mail-Server-Daten als SPF-Record: mail.realtime-engine.de
Alternativ kann auch die folgende IP-Adresse verwendet werden: 94.130.218.236

(Leider kann dies nur durch Ihren System-Administrator/die Finanz Informatik erfolgen, da wir keinen Zugriff auf die Domain haben.)

Auf diese Weise können die E-Mailings mit Ihrer Institutsdomain, z.B. info@sparkasse-musterstadt.de, als Absender verschickt werden.

2. Des Weiteren erhalten Sie von dem Absender kampagne@das-naechste-level.de eine Muster-E-Mail an Ihre Endkundin und Ihren Endkunden.



3. Bitte überprüfen Sie die E-Mail auf Richtigkeit und geben Sie diese – wenn alles in Ordnung ist – anschließend auf der Onlinebestell-/konfigurationsseite der Kampagne durch Klick auf den rechten Button in der Tabelle frei. Sollten Sie Änderungswünsche haben, können Sie diese über denselben Weg kommunizieren.



Der E-Mail-Versand erfolgt am PAL zeitversetzt über den ganzen Tag verteilt, um einen „Massen-Spam“ zu vermeiden. Je nach Empfängersystem kann es bei der Zustellung der Nachrichten zu einer Verzögerung kommen, sodass diese erst am Folgetag bei den Kundinnen und Kunden eintreffen.

6.2 Online- und Mobile-Banking-Banner

(gilt nur für Sparkassen, die Online- und Mobile-Banking-Banner gebucht haben)

Mit den Online- und Mobile-Banking-Bannern können Sie die Nutzerinnen und Nutzer des Online- und Mobile-Bankings auf die One-to-One-Dialogkampagne „Das nächste Level“ aufmerksam machen. Interessierte Nutzerinnen und Nutzer werden über den Banner direkt auf die Landingpage weitergeleitet.



1. Sie erhalten eine E-Mail von kampagne@das-naechste-level.de mit dem Betreff „Vertriebskampagne ‚Das nächste Level‘ – Freigabe der elektronischen Medien“. Falls Sie mehrere elektronische Medien gebucht haben, werden diese gesammelt in einer E-Mail aufgeführt.
2. Administration im **CMS der Internet-Filiale:**
Nehmen Sie im CMS der Internet-Filiale (IF) die notwendigen Einstellungen vor.

Die Banner verlinken automatisch auf die institutsspezifische Kampagnenseite Ihrer Sparkasse. Die URL wird über einen Platzhalter im CMS gesteuert – eine manuelle Eingabe Ihrer BLZ ist nicht erforderlich. Später ergibt sich dann die URL mit Ihrer BLZ: [https://ombb.das-naechste-level.de/\[BLZ\]](https://ombb.das-naechste-level.de/[BLZ])

Link 1

☐ Störer
 ☐ 1/3-Box
 ☐ 3/3-Box
☐ 3/3-Box auf der Abmeldeseite
 ☐ Tabellen-Box
 ☐ Smartphone-Banner
☐ App-Störer
 ☐ App-Logout-Element

Linktitel ☐ Hervorheben
 URL

Konfiguration für die Internet-Filiale

Parameter

z.B. "key=value" oder "anchor"
Bei internen Links darf kein Parameter mit dem Namen "v" verwendet werden (z.B. kein "v=value").

Zielfenster

Name des Tabs bzw. Fensters, in dem der Link geöffnet werden soll.
Verpflichtend für externe Links.

Konfiguration für die Sparkassen-App

Parameter

z.B. "key=value" oder "anchor"
Bei internen Links darf kein Parameter mit dem Namen "v" verwendet werden (z.B. kein "v=value").

☐ Seite außerhalb der App öffnen
wenn markiert, wird die App verlassen und die Seite im Browser angezeigt.

Konfiguration für die Internet-Filiale:

Linktitel: Jetzt spielen

URL: <https://ombb.das-naechste-level.de>

Parameter: %25%28institut.blz%29%25

Für die IF muss der Parameter codiert eingetragen werden.

Konfiguration für die App Sparkasse:

Linktitel: Jetzt spielen

URL: <https://ombb.das-naechste-level.de>

Parameter: %(institut.blz)%

Der Parameter wird vom System automatisch durch die BLZ Ihrer Sparkasse ersetzt.



Hinweis: Die genaue Administration im CMS entnehmen Sie bitte den offiziellen Handbüchern der Finanz Informatik (FI). <https://fi-kundenportal.intern/kp/Kundenportal>

Bildmaterial:

Standardmäßig wird ein Bild im Format 2400 x 1050px verwendet.

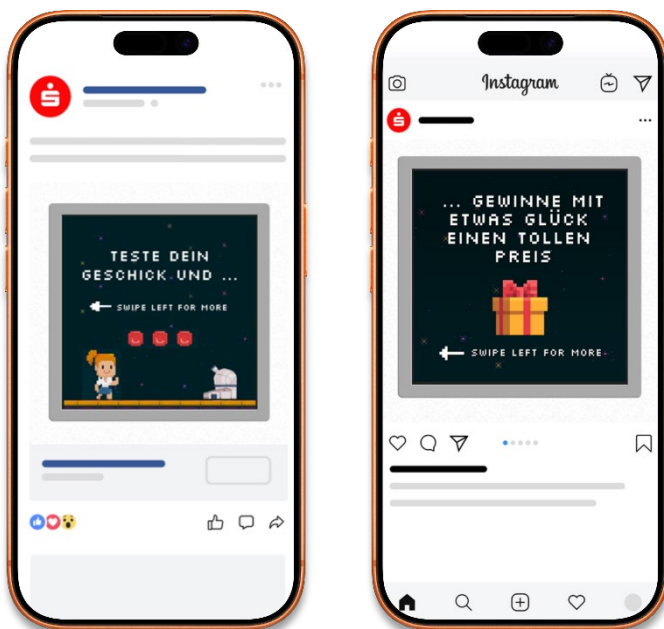
Das Content-Management-System (CMS) passt das Bild automatisch an das jeweilige Element an. Alternativ können Sie das Bild auch direkt im CMS auf das jeweilige Element zuschneiden.

Das Bildmaterial, die S-App-Banner sowie die IF-Cobra-Texte finden Sie gesammelt unter der Rubrik „Planungshilfen“ auf der Kampagnenseite.

3. Bitte prüfen Sie anschließend die Funktionsweise, einschließlich der dahinterliegenden Kampagnenseite.
4. Wenn Sie keine Beanstandung haben, geben Sie bitte das Banner frei. Sollten Sie Änderungswünsche haben, können Sie diese über die Onlinebestell-/konfigurationsseite kommunizieren.

6.3 Facebook- und Instagram-Inhalte

(gilt nur für Sparkassen, die Facebook- und Instagram-Werbung gebucht haben)



Nutzen Sie die Inhalte auf Facebook und Instagram, um potenzielle neue Kundinnen und Kunden zu erreichen. Ergänzen Sie dies durch die Schaltung von Anzeigen auf Facebook und/oder Instagram. Personen, die sich interessieren, werden dann zur entsprechenden Kampagne weitergeleitet.

Zur Werbungsschaltung auf Facebook- und/oder Instagram stellen wir Ihnen passende Vorlagen sowie einen individuellen Link für Ihr Institut (z. B. für den Button „Mehr dazu“ oder „Spielen“) zur Verfügung.

1. Sie erhalten eine E-Mail von kampagne@das-naechste-level.de mit dem Betreff „Vertriebskampagne ‚Das nächste Level‘–Freigabe der elektronischen Medien“. Wenn Sie mehrere elektronische Medien (E-Mailing, Online- und Mobile-Banking-Banner, Facebook- und Instagram-Inhalte) gebucht haben, werden diese gesammelt in einer E-Mail aufgeführt. In der E-Mail finden Sie die Bildvorlagen für Facebook- und Instagram-Inhalte.

Sehr geehrte/r ...,

wie gewünscht, haben wir bei der Vertriebskampagne „Das nächste Level“ Ihre Institutsdaten einschließlich der Adressdatensätze für den E-Mail-Versand, die Ansprache über den Online-Banking-Banner sowie Ihren Facebook- und Instagram-Auftritt hinterlegt. Vielen Dank für die Beauftragung!

Anbei finden Sie eine Beschreibung zum weiteren Vorgehen.

(3.) Facebook und Instagram (Einrichtung)

Wie gewünscht, haben wir ebenfalls Ihre Institutsdaten für die Facebook- und Instagram-Werbung hinterlegt. Anbei noch einmal für Sie die notwendigen Informationen.

Die einzelnen Schritte zur Einrichtung können Sie ebenfalls dem Kampagnen-Handbuch entnehmen.

Die Bildvorlagen finden Sie hier: www.kampagne-das-naechste-level.de/DnL-Social-Media-Vorlagen.zip

Wir bitten Sie höflich,

- Ihre Links <https://facebook.das-naechste-level.de/IBLZ> und <https://instagram.das-naechste-level.de/IBLZ> zu prüfen sowie
- bei keiner Beanstandung auf der Onlinebestellseite freizugeben. Im Falle einer Beanstandung können Sie uns ebenfalls über den zuvor genannten Weg einen Hinweis zukommen lassen.

Bitte beachten Sie, dass, wie von Ihnen gewünscht, für Ihre Kunden die Teilnahme an der Kampagne am xx.xx.xxxx endet und am xx.xx.xxxx sämtliche Daten aus dem Kampagnensystem (einschl. der CRM- & Online-Informationen) gelöscht werden.

Mit freundlichen Grüßen
S-Communication Services

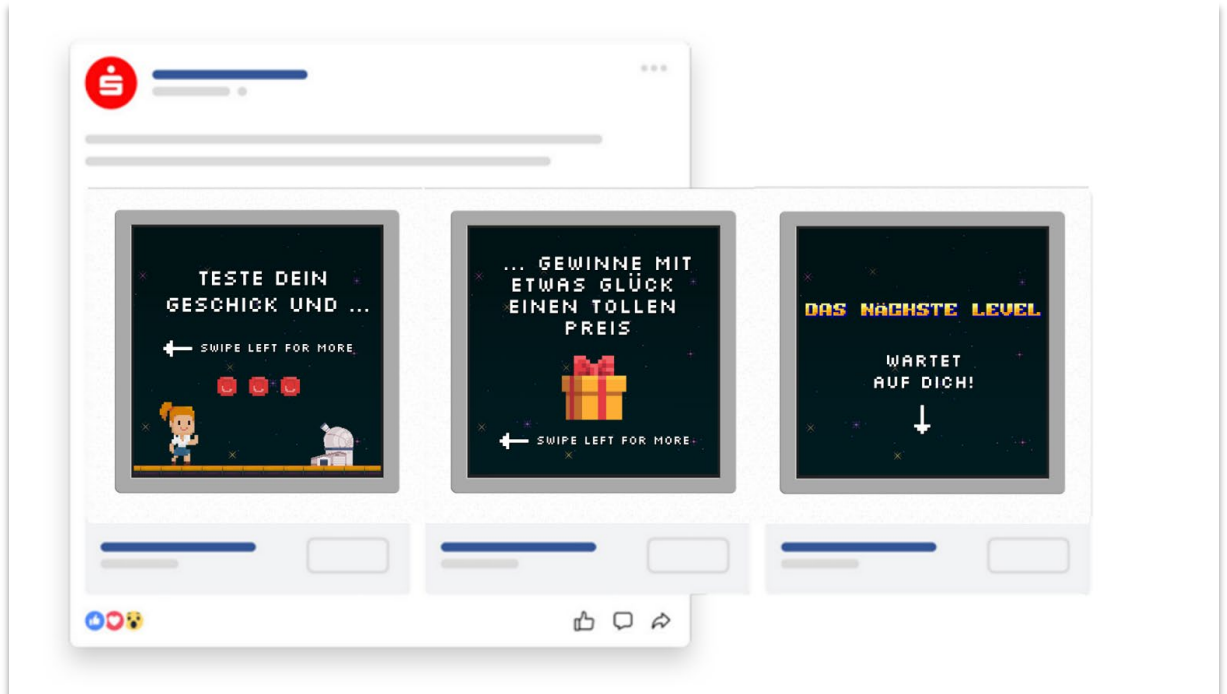


Allgemeine Informationen zur Anzeigenschaltung auf Facebook und Instagram finden Sie unter: <https://de-de.facebook.com/business/ads>.

2. Vorlagen

Mit den bereitgestellten Vorlagen können Sie die folgenden Anzeigenformate umsetzen:

2.1. Facebook – Carousel



Primärtext Du-Ansprache (Vorschlag):

🎮 Teste dein Geschick und zeig uns, was du drauf hast!

Spiel mit, sammle so viele Münzen wie möglich und gewinne mit etwas Glück eine Nintendo Switch! 🎁 🚀

Gleichzeitig möchten wir mehr über dich und deine Wünsche erfahren. 💛

Jetzt mitspielen – hier geht's direkt zum Spiel:

<https://facebook.das-naechste-level.de/BLZ>

#Sparkasse #Gewinnspiel #NintendoSwitch #Jetztspielen

Überschrift Slide 1: 🎮 Zeig uns, was du drauf hast!

Überschrift Slide 2: 🎁 Gewinne mit etwas Glück einen tollen Preis!

Überschrift Slide 3: 🚀 Jetzt mitspielen!

Primärtext Sie-Ansprache (Vorschlag):

🎮 Testen Sie Ihr Geschick und zeigen Sie uns, was Sie drauf haben!

Spielen Sie mit, sammeln Sie so viele Münzen wie möglich und gewinnen Sie mit etwas Glück eine Nintendo Switch! 🎁🚀

Gleichzeitig möchten wir mehr über Sie und Ihre Wünsche erfahren. 💛

Jetzt mitspielen – hier geht's direkt zum Spiel:

<https://facebook.das-naechste-level.de/BLZ>

#Sparkasse #Gewinnspiel #NintendoSwitch #Jetztspielen

Überschrift Slide 1: 🎮 Zeigen Sie uns, was Sie drauf haben!

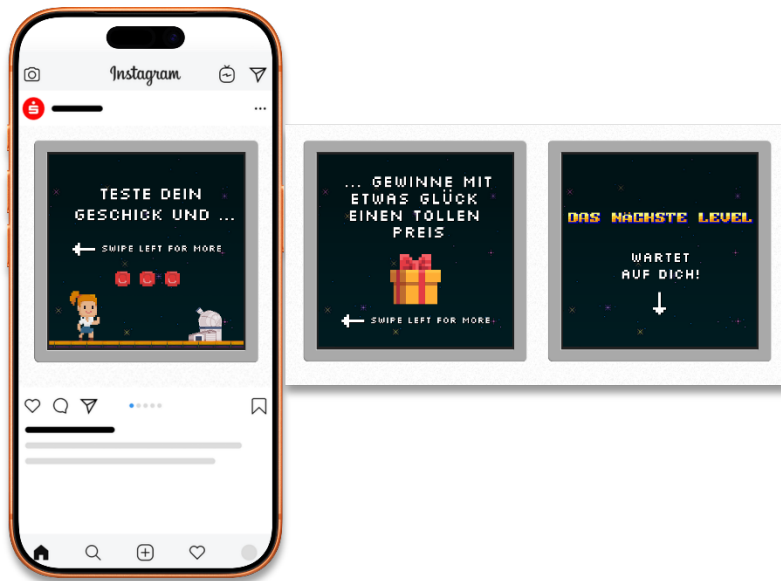
Überschrift Slide 2: 🎁 Gewinnen Sie mit etwas Glück einen tollen Preis!

Überschrift Slide 3: 🚀 Jetzt mitspielen!



Passen Sie die URL <https://facebook.das-naechste-level.de/BLZ> individuell mit der BLZ Ihrer Sparkasse an.

2.2. Instagram-Carousel



Primärtext Du-Ansprache (Vorschlag):

🎮 Teste dein Geschick und zeig uns, was du drauf hast!

Spiel mit, sammle so viele Münzen wie möglich und gewinne mit etwas Glück eine Nintendo Switch! 🎁 🚀

Gleichzeitig möchten wir mehr über dich und deine Wünsche erfahren. 💛

Jetzt spielen – den Link dazu findest du in unserer Bio. 🖱️

#Sparkasse #Gewinnspiel #NintendoSwitch #Jetztspielen

Primärtext Sie-Ansprache (Vorschlag):

🎮 Testen Sie Ihr Geschick und zeigen Sie uns, was Sie drauf haben!

Spielen Sie mit, sammeln Sie so viele Münzen wie möglich und gewinnen Sie mit etwas Glück eine Nintendo Switch! 🎁 🚀

Gleichzeitig möchten wir mehr über Sie und Ihre Wünsche erfahren. 💛

Jetzt spielen – den Link dazu finden Sie in unserer Bio. 🖱️

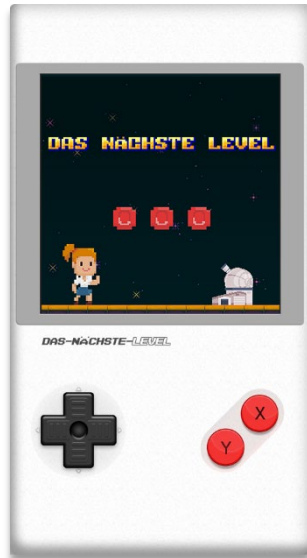
#Sparkasse #Gewinnspiel #NintendoSwitch #Jetztspielen

Die URL zum Spiel können Sie in der Bio-Beschreibung Ihres Instagram-Profiles als klickbaren Link hinterlegen. Alternativ können Sie die URL im Text des Beitrags einfügen.



Passen Sie die URL <https://instagram.das-naechste-level.de/BLZ> individuell mit der BLZ Ihrer Sparkasse an.

2.3. Instagram-Story



Landingpage-URL („Spielen“-Button / Swipe-Up):
<https://instagram.das-naechste-level.de/BLZ>



Passen Sie die URL individuell mit der BLZ Ihrer Sparkasse an.

3. Verlinkungen

- 3.1. Als Nächstes überprüfen Sie bitte die individuellen Instagram- und Facebook-Links, die in der E-Mail verlinkt sind. Anhand des Links, der hinterlegt wird, erfolgt eine automatische Zuordnung der Targets zu Ihrem Institut anhand der zuvor freigeschalteten BLZ.

Facebook: <https://facebook.das-naechste-level.de/IhreBLZ>

Instagram: <https://instagram.das-naechste-level.de/IhreBLZ>

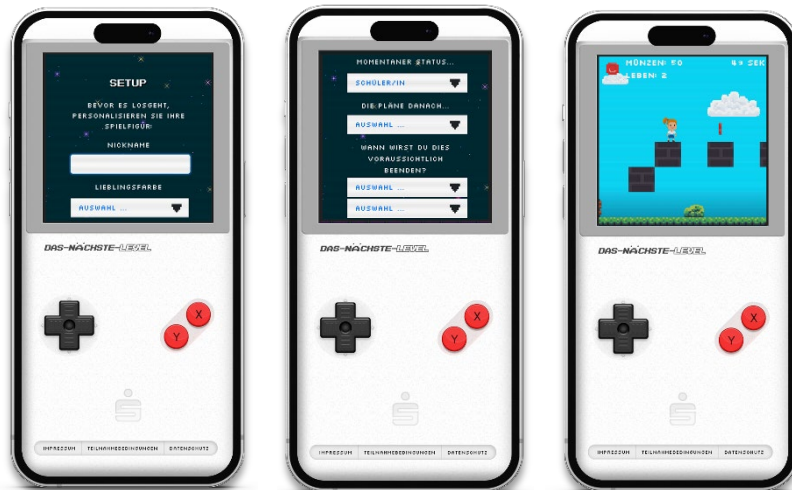


Passen Sie die URL individuell mit der BLZ Ihrer Sparkasse an.

- 3.2. Wenn Sie keine Änderungswünsche haben, geben Sie diese auf der Online-Bestellseite frei. Sollten Sie Änderungswünsche haben, können Sie diese über die Onlinebestell-/ konfigurationsseite kommunizieren.

Die Einstiegsseite zeigt dabei bereits individuelle Inhalte, wie den Namen des Instituts, das Impressum und den Datenschutztext.

Anschließend werden über Formularfelder die personenspezifischen Daten der Nutzerin/des Nutzers erfasst, um sie/ihn aus ihrer/seiner Sicht zu begrüßen und im Falle eines Gewinns benachrichtigen zu können sowie aus Institutssicht zu identifizieren und das Klickverhalten zuzuordnen.



Wird der Nutzung der Daten zugestimmt, findet eine gesicherte (SSL, APP-Secret und IP-Whitelist) Kommunikation mit dem Kampagnensystem statt und ein neuer Targetdatensatz wird angelegt.

Im Anschluss wird direkt mit der Kampagne, so wie sie auch für die anderen Medien bereitgestellt wird, fortgefahren.



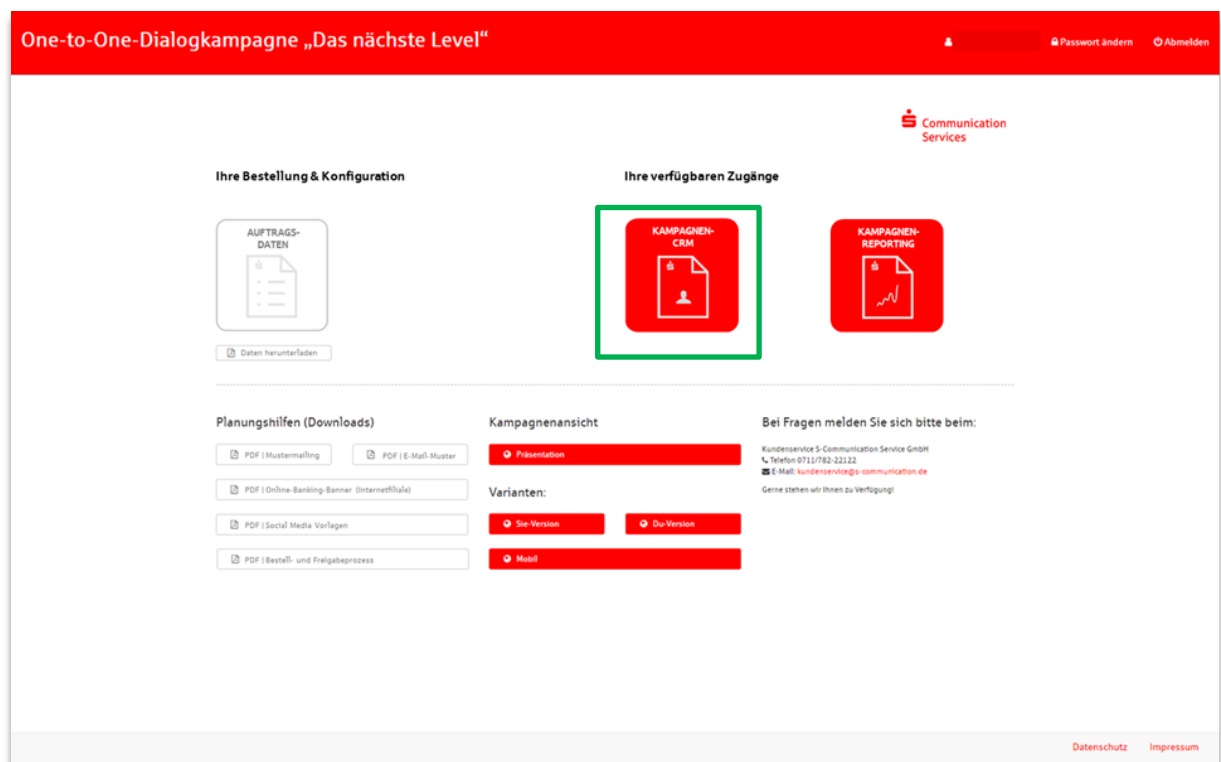
Zu beachten ist, dass auf der Landingpage im Impressum und in den Datenschutzbestimmungen aus rechtlichen Gründen Ihre Sparkasse aufgeführt ist. Deshalb kann es in sehr seltenen Fällen zu Rückfragen an diese Angaben kommen. Gerne unterstützen wir Sie bei der Beantwortung von Fragen.

7 CRM-Tool

Mit dem PAL gehen alle Werbemittel online bzw. werden versendet. Von da an stellt das CRM-Tool eine Kunden-Detailseite zur Einsicht zur Verfügung. In Echtzeit wird der zugeordnete Berater oder die Beraterin bzw. eine zentrale Ansprechperson via E-Mail und CRM informiert. Dabei kann zu jeder Kundin und zu jedem Kunde das genaue Interesse entnommen werden.

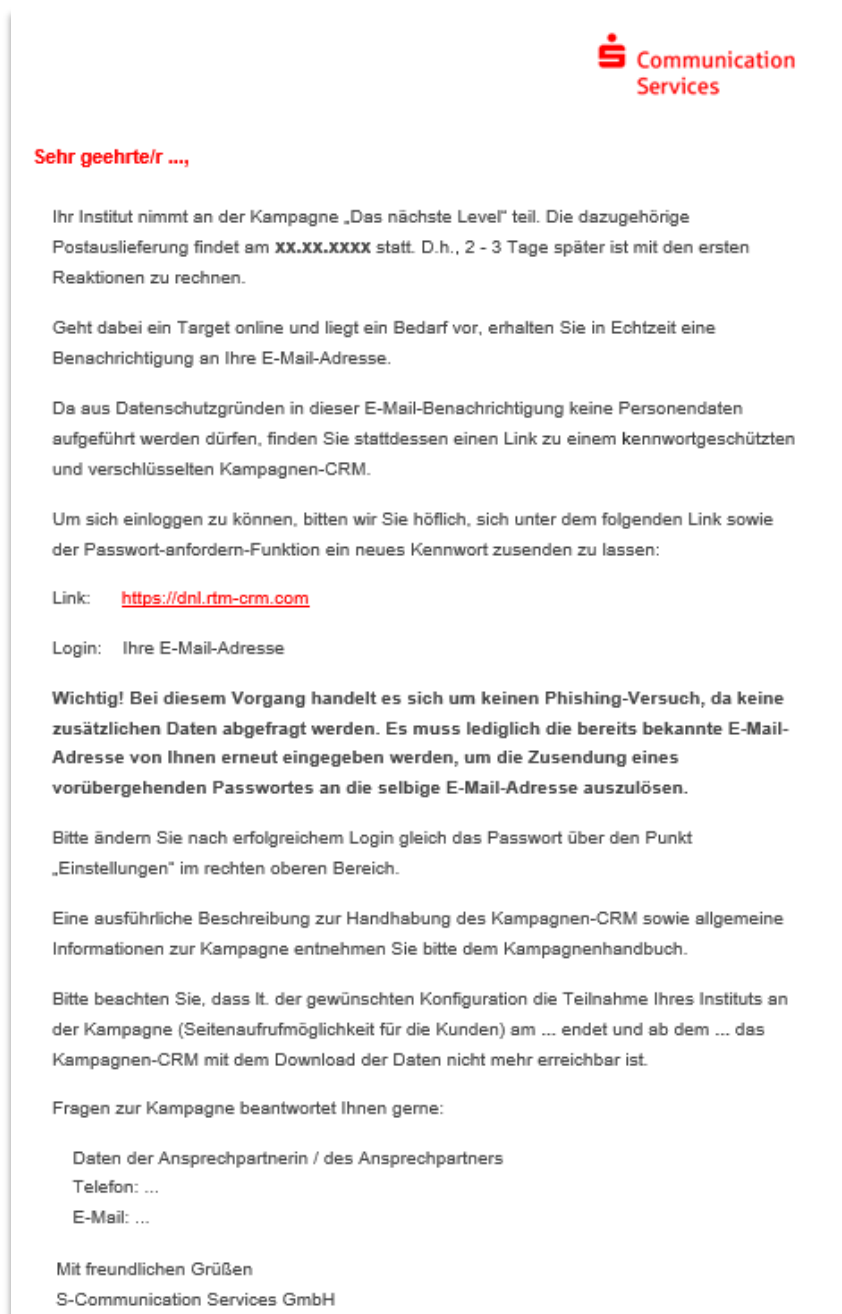
Gilt für die zentrale Ansprechperson der Kampagne

Durch den neuen Single SignOn wird das CRM-Tool mit jeweils einem eigenen Button nach der Buchung und Kampagnenkonfiguration im Bestelltool angezeigt. Dadurch kann die zentrale Ansprechperson nun mit Klick auf den CRM-Button im Portal die Kundendaten direkt einsehen. Das heißt, es wird kein separates Passwort mehr benötigt, um auf das Portal zu gelangen, da sich die zentrale Ansprechperson bereits durch das Single SignOn beim Bestelltool-Login verifiziert hat. Bitte beachten Sie: Auch für den Zugang zum CRM-Tool greift die Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA) – der Sicherheitscode wird Ihnen per Mail zugeschickt.

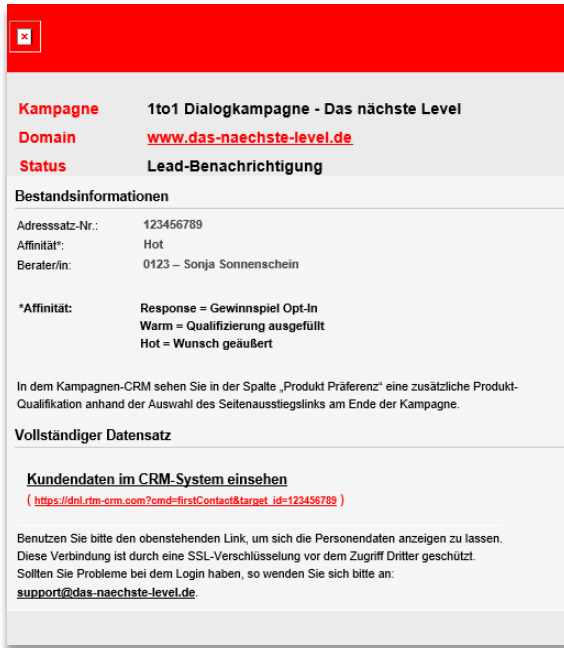


Benachrichtigung an den zugeordneten Berater oder die zugeordnete Beraterin in Echtzeit über einen Onlinegang. (Die Beraterinnen und Berater haben keinen Zugang zum Bestelltool.)

1. Sie erhalten eine E-Mail von **kampagne@das-naechste-level.de** mit dem Betreff Vertriebskampagne "Das nächste Level" – CRM-Zugangsdaten.



2. Sie erhalten in Echtzeit eine Benachrichtigung an Ihre hinterlegte E-Mail-Adresse, wenn ein Target der Kampagne online geht oder ein Kontaktwunsch vorliegt.



The screenshot shows a notification email template with a red header bar. Below the header, the following information is displayed:

- Kampagne:** 1to1 Dialogkampagne - Das nächste Level
- Domain:** www.das-naechste-level.de
- Status:** Lead-Benachrichtigung

Bestandsinformationen

Adressatz-Nr.:	123456789
Affinität:	Hot
Berater/in:	0123 – Sonja Sonnenschein

***Affinität:** Response = Gewinnspiel Opt-In
Warm = Qualifizierung ausgefüllt
Hot = Wunsch geäußert

In dem Kampagnen-CRM sehen Sie in der Spalte „Produkt Präferenz“ eine zusätzliche Produkt-Qualifikation anhand der Auswahl des Seitenausgangslinks am Ende der Kampagne.

Vollständiger Datensatz

Kundendaten im CRM-System einsehen
(https://idn.crm.com?cmd=firstContact&target_id=123456789)

Benutzen Sie bitte den obenstehenden Link, um sich die Personendaten anzeigen zu lassen. Diese Verbindung ist durch eine SSL-Verschlüsselung vor dem Zugriff Dritter geschützt. Sollten Sie Probleme bei dem Login haben, so wenden Sie sich bitte an: support@das-naechste-level.de



Die Benachrichtigung kann wahlweise an einen zentralen Ansprechpartner oder an eine zentrale Ansprechpartnerin (ZAP) oder gemäß der Adressdatei individuell an den jeweils zugeordneten Berater bzw. Beraterin pro Kundin und pro Kunde (abhängig von den Angaben im Bestellformular) gesendet werden.

Dabei ist vorab zu definieren, ab welchem Klickstatus der Kundin und des Kunden (z. B. Aufruf der ersten Seite, Beantwortung der Fragen, Äußerung des Kontaktwunsches) die Benachrichtigung erfolgen soll.

3. Aus Datenschutzgründen dürfen in der E-Mail-Benachrichtigung keine personenbezogenen Daten enthalten sein. Stattdessen erhalten Sie in der E-Mail einen Link zu einem passwortgeschützten Kampagnen-CRM.



Bei diesem Vorgang handelt es sich um keinen Phishing-Versuch, da keine zusätzlichen Daten abgefragt werden. Es muss lediglich die bereits bekannte E-Mail-Adresse von Ihnen erneut eingegeben werden, um die Zusendung eines vorübergehenden Passworts an die selbige E-Mail-Adresse auszulösen.

4. Melden Sie sich über den Link in der E-Mail an. Fordern Sie zusätzlich über die „Passwort-anfordern-Funktion“ ein neues Passwort an.
Login: Ihre E-Mail-Adresse.
5. Nach erfolgreichem Login haben Sie die Möglichkeit, das Passwort über die Option "Einstellungen" im rechten oberen Bereich zu ändern.

6. Die Benachrichtigung weist für Dritte nicht zuordenbare Werte aus. Über den Link „Kundendaten im CRM-System einsehen“ werden über eine SSL-verschlüsselte Webseite, nach vorheriger Benutzer- & Passwordeingabe, die vollständigen Daten der Kundinnen und Kunden sowie Webseitenangaben angezeigt.



Kampagne 1to1 Dialogkampagne - Das nächste Level

Domain www.das-naechste-level.de

Status Lead-Benachrichtigung

Bestandsinformationen

Adressatz-Nr.: 123456789

Affinität: Hot

Berater/in: 0123 – Sonja Sonnenschein

***Affinität:**
Response = Gewinnspiel Opt-In
Warm = Qualifizierung ausgefüllt
Hot = Wunsch geäußert

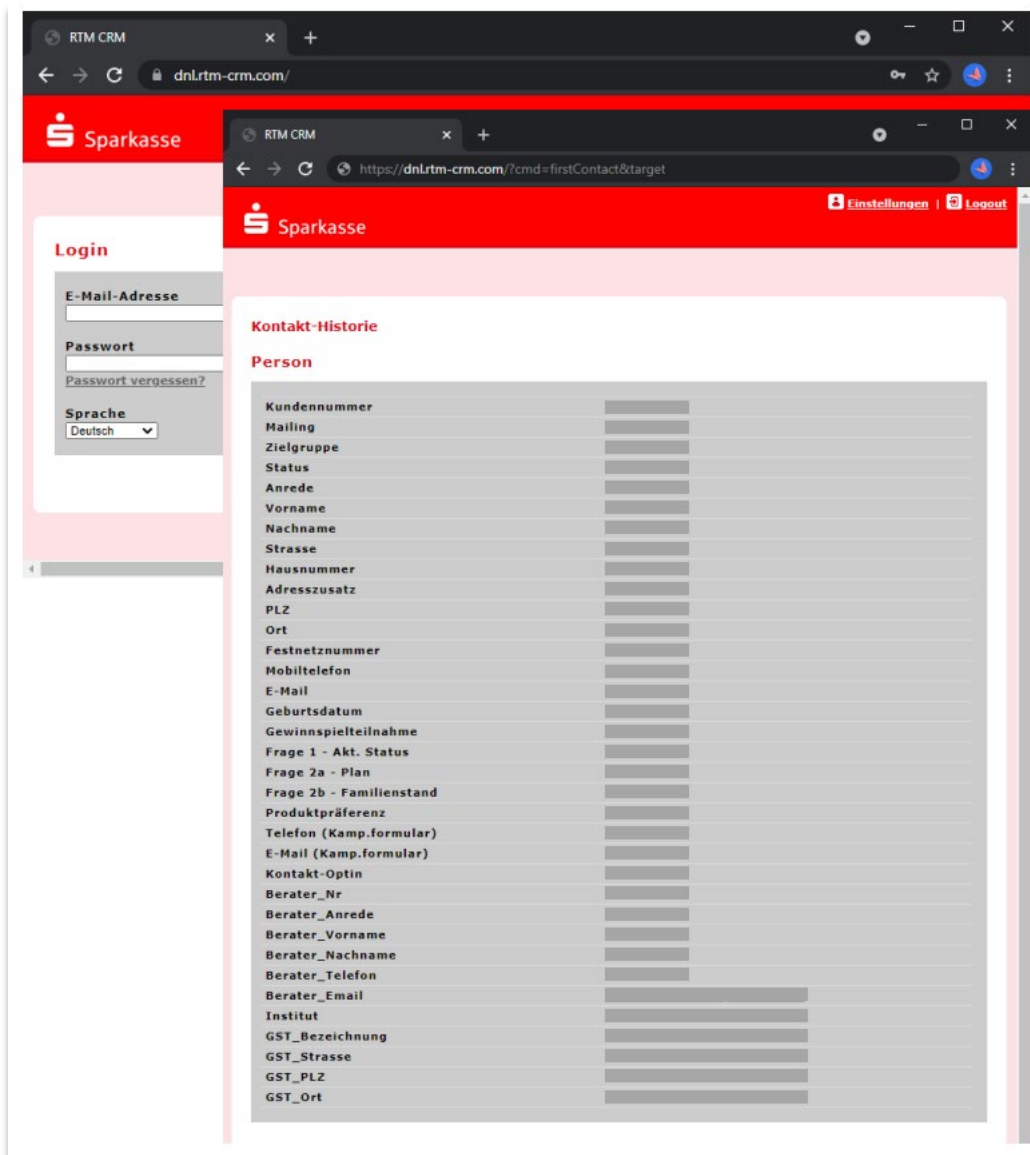
In dem Kampagnen-CRM sehen Sie in der Spalte „Produkt Präferenz“ eine zusätzliche Produkt-
Qualifikation anhand der Auswahl des Seitenausstiegslinks am Ende der Kampagne.

Vollständiger Datensatz

Kundendaten im CRM-System einsehen
(https://dnl.rtm-crm.com?cmd=firstContact&target_id=123456789)

Benutzen Sie bitte den obenstehenden Link, um sich die Personendaten anzeigen zu lassen.
Diese Verbindung ist durch eine SSL-Verschlüsselung vor dem Zugriff Dritter geschützt.
Sollten Sie Probleme bei dem Login haben, so wenden Sie sich bitte an:
support@das-naechste-level.de

CRM – Login und Kunden-Detailseite



Nach dem Login werden direkt alle Informationen zu den Kundinnen und Kunden aus der Datenbank, das Klickverhalten sowie Statistikwerte angezeigt (sog. Kunden-Detailseite).

Um Ihren Vertrieb zu unterstützen, werden die Teilnehmenden des Gewinnspiels anhand ihres Engagements in drei Kategorien eingeteilt. Dies können Sie unter dem Punkt „Status“ einsehen.

- **Interessiert (Response):** Teilnehmende, die sich mit ihrem individuellen Login registriert und der werblichen Kontaktaufnahme zugestimmt haben.
- **Engagiert (Warm):** Teilnehmende, die zusätzlich alle Fragen zur Bedarfsqualifizierung beantwortet haben und damit ihre Interessen und Bedürfnisse offengelegt haben.

- **Beratungsbereit (Hot):** Teilnehmende, die aktiv auf eine der zuletzt genannten Auswahlmöglichkeiten geklickt haben, worauf sich eine Webseite von der jeweiligen Sparkasse zu dem Themeninhalt öffnet.

Auf der Kunden-Detailseite finden Sie nicht nur die Antworten auf die gestellten Fragen, sondern auch die individuellen Wünsche und Themenpräferenz der jeweiligen Kundin oder des jeweiligen Kunden. So können Sie das geäußerte Interesse gezielt nachvollziehen und für Ihr Beratungsgespräch nutzen.

Die Kundendaten lassen sich zudem als Excel-Datei exportieren (siehe Kapitel: CRM – Übersichts- und Kunden-Detailseite).

CRM – Kunden-Detailseite

Wenn Sie in der Kunden-Detailansicht nach unten scrollen, sehen Sie eine Eingabemaske namens "Erster Anruf" (First Contact). Hier können Sie als Berater oder Beraterin relevante Details hinzufügen, u. a. während Sie telefonisch mit dem Kunden oder der Kundin sprechen.

Durch den Klick auf "Vorschau" und anschließend "Speichern" wird die Eingabe unwiderruflich dem jeweiligen Kundensatz hinzugefügt, sofern keine Änderungswünsche bestehen.

Für später hinzukommende Informationen besteht die Möglichkeit, diese unter dem Punkt "Kontakt-Historie" zu speichern.

The screenshot shows a web browser window with the URL `dnLrtm-crm.com/?cmd=login`. The page displays a list of input fields for customer details, including `Kontakt-Optin`, `Berater_Nr`, `Berater_Anrede`, `Berater_Vorname`, `Berater_Nachname`, `Berater_Telefon`, `Berater_Email`, `Institut`, `GST_Bezeichnung`, `GST_Strasse`, `GST_PLZ`, and `GST_Ort`. Below this list is the "Erster Anruf" (First Contact) form, which includes a dropdown for "Erreichte Person*", a text field for "Name", a dropdown for "Ergebnis*", a text field for "Produkt", a section for "Telefonnummer richtig?*" with radio buttons for "Ja" and "Nein, die richtige Nummer ist:" followed by a text field, and a large text area for "Kommentar". At the bottom right of the form is a red "Vorschau" button. At the bottom left is a red "Abbrechen (Zurück zur Übersicht)" button. A small asterisk and the text "* Pflichtfeld" are located to the right of the "Erster Anruf" title.

Nachfolgend wird eine Gesamtübersicht aller zugeordneten Targets angezeigt.

CRM – Übersichtsseite

1. **Kopfzeile**

2. **Übersicht**

3. **Details**

4. **Legende**

Die Übersichtsseite gliedert sich in vier Bereiche:

1. Kopfzeile
2. Übersicht
3. Details
4. Legende

In der Kopfzeile haben Sie die Möglichkeit, über den Button „Einstellungen“ das Zugangspasswort zu ändern.

Im Übersichtsbereich sehen Sie:

- ✓ den Stand der Daten zum angegebenen Zeitpunkt,
- ✓ die Anzahl der zugeordneten und
- ✓ angerufenen Personen sowie
- ✓ die Umwandlung aus vertrieblicher Sicht.

Durch Klick auf das Aktualisierungssymbol hinter "Letztes Update: ...", unterhalb der Überschrift "Übersicht", wird die aktuelle Statistik auf die Echtzeitwerte aktualisiert. Bei einer Rückkehr von der Target-Detailseite geschieht dies automatisch.

CRM – Übersichts- und Kunden-Detailseite

Unter „Details“ können die Kundendaten als Excel-Datei heruntergeladen werden.

Die darunter angezeigte Tabelle ermöglicht die Suche und die Sortierung der Personen nach der Kundennummer, dem Nach- & Vornamen, dem Medium (Brief/Facebook), der Zielgruppe (Nachwuchskunden/Privatkunden), der Anrede im Brief bzw. auf der Kampagnenseite (Du/Sie), den Status und den Stand der Abarbeitung.

Durch Klicken auf den roten Pfeilbereich unterhalb der Spaltenbezeichnung können die Einträge alphabetisch sortiert werden. Die Pfeilrichtung gibt dabei die alphabetische Reihenfolge an.

Der Button mit dem Briefsymbol links neben der Kundennummer ermöglicht die Weiterleitung der Targetdaten an eine E-Mail-Adresse.

Nach einem Eintrag auf der Kunden-Detailseite unter „Erster Anruf“, erscheinen anschließend in der Übersicht weitere Angaben wie „Info“ / „Termin“ / „OPEN“, welche je nach Klick weitere Eingabefelder auf der Kunden-Detailseite aufrufen.

Mit Klick auf den Namen oder den Link „Noch nicht angerufen“ / „...“ gelangen Sie wieder auf die anfangs erwähnte zweite Ebene „Kunden-Detailseite“.

Details

Ihre Liste enthält 10 Person(en).

Download aller Daten als Excel-Datei

Kundennummer	Nachname	Vorname	Medium	Zielgruppe	Anrede	Response	Erster Anruf
13234653		Elisabeth	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
13294404		Teresa	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
13294489		Tanja	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
13155512		Luitpold	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
13232545		Isabella	Brief	NK	Du-Variante	RESPONSE	Noch nicht angerufen
17734651		Steffi	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
13155594		Manfred	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
98294407		Bernad	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
13324651		Jonas	Brief	NK	Du-Variante	NO RESPONSE	Noch nicht angerufen
83294445		Sabrina	Brief	NK	Du-Variante	RESPONSE	Termin

1-10 (Gesamt: 10)

Kunden-Detailseite:

Institut-PLZ: 34567
Institut-Ort: Sparkassenstadt

Erster Anruf

Erreichte Person: Angeschriebene Person (Name):
Ergebnis: Termin - Bauparkvertrag und Autokredi
Telefonnummer richtig?: Ja
Produkt: Fr. Kampinski kommt am 12. vorbei.

Kontakt-Historie

Datum	Ergebnis	Kommentar
-------	----------	-----------

* Pflichtfeld

Neues Historien-Element hinzufügen

Datum (TT.MM.JJJJ)*
13.07.2016

Resultat*
▼

Kommentar:

Mit Klick auf den Targetnamen oder dem First-Contact-Ergebnis (z.B. Termin), können dem Personeneintrag weitere Kontaktinformationen hinzugefügt werden.

CRM – Abwesenheitsfunktion

Nur wenn ein zentraler Ansprechpartner (ZAP) für die Benachrichtigungszustellung von online gegangenen Targets festgelegt ist, wird nach dem Einloggen oben rechts in der Kopfzeile die zusätzliche Funktion „Abwesenheit“ angezeigt.

Durch diese Funktion kann die Person die Empfängeradresse auf die im Auftrags-PDF angegebene Vertretung umstellen. Benachrichtigungen werden dann in Echtzeit an diese E-Mail-Adresse gesendet. Die Funktion wird für die Vertretung oder deren Zugang nicht angezeigt.

The screenshot shows the 'Abwesenheit einrichten' (Set Absence) form. At the top, there is a red navigation bar with the user's name 'Max Wolke' and links for 'Einstellungen' (Settings), 'Abwesenheit' (Absence), and 'Logout'. The main content area has a title 'Abwesenheit einrichten' and a subtitle 'Folgender Ansprechpartner kann als Vertretung ausgewählt werden:' (The following contact can be selected as a representative:). Below this, the representative's details are listed: 'Vertretung: Herr Max Vertretung', 'E-Mail-Adresse: vertretung@sparkasse.de', and 'Aktueller Status der Abwesenheit: Inaktiv'. A warning message states: 'Bitte beachten Sie, dass Sie bei einer aktivierten Abwesenheits-Einstellung keine Kampagnen-Benachrichtigungen mehr an Ihre E-Mail-Adresse zugestellt werden. Der Zugang zum CRM-System ist jedoch weiterhin uneingeschränkt möglich.' (Please note that when the absence setting is activated, you will no longer receive campaign notifications at your email address. Access to the CRM system remains unrestricted.) At the bottom left is a link 'Abbrechen (zurück zur Übersicht)' (Cancel (back to overview)) and at the bottom right is a red button labeled 'Abwesenheit aktivieren' (Activate absence).

Mit Klick auf „Abwesenheit aktivieren“ erscheint die folgende Bestätigung:

The screenshot shows a confirmation message: 'Abwesenheits-Einstellung wurde aktualisiert.' (Absence setting has been updated.) Below the message is a red button labeled 'Zur Übersicht' (To overview).

Zusätzlich wird auf der anschließenden Übersichtsseite für den Zeitraum der Aktivierung ein entsprechender Hinweis eingeblendet.

The screenshot shows the overview page with a red warning message: 'Achtung: Abwesenheits-Einstellung ist aktiviert. Benachrichtigungen werden zur Zeit nicht zugestellt.' (Warning: Absence setting is activated. Notifications are not being sent at the moment.) Below the message is a red button labeled 'Übersicht' (Overview). The top navigation bar is identical to the previous screenshots, showing 'Max Wolke', 'Einstellungen', 'Abwesenheit', and 'Logout'.

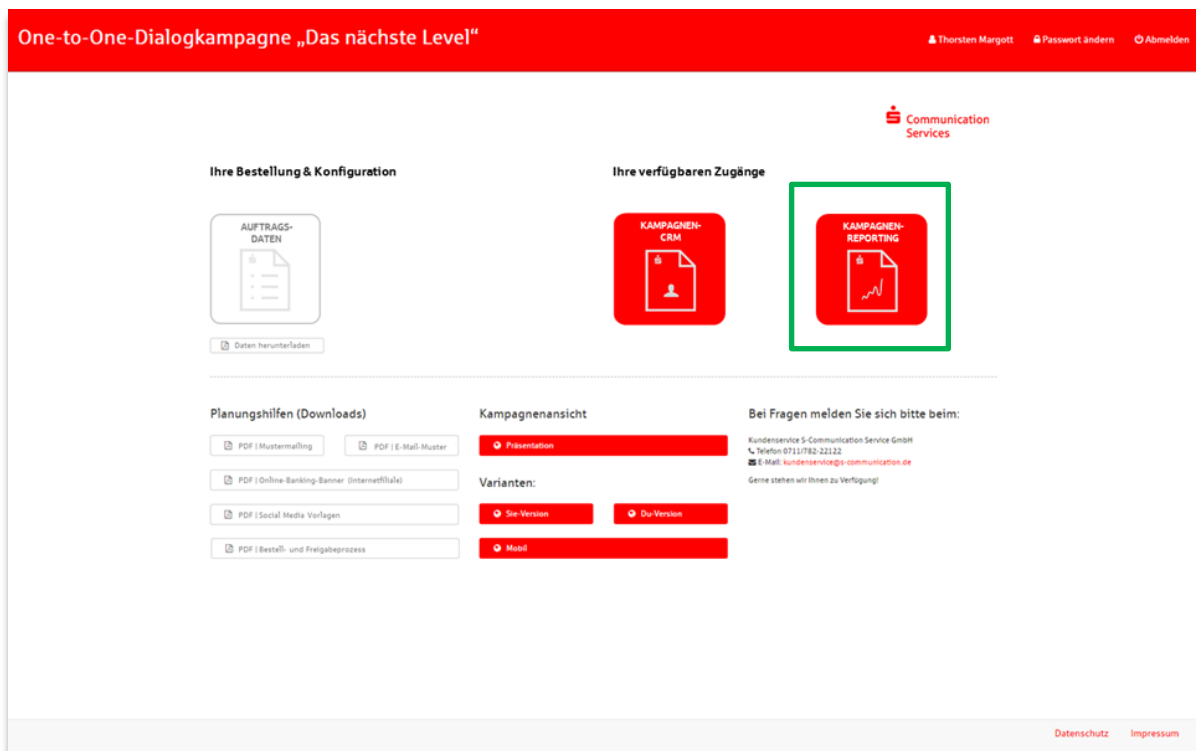
Die Deaktivierung erfolgt in derselben Reihenfolge wie die Aktivierung. Aus Datenschutzgründen sind die Kundendaten für die Vertretung nur während der Aktivierung der Funktion sichtbar. Nach der Deaktivierung werden keine Daten angezeigt. Auch verfügt die Vertretung nicht über die Möglichkeit, die Funktion ein- oder auszuschalten.

8 Echtzeit-Reporting-Tool

Das Echtzeit-Reporting-Tool bietet nicht personalisierte Informationen über alle Onlinegänge anhand von übersichtlichen Diagrammen.

Zu dem Kampagnen-Report bekommen nur die zentralen Ansprechpersonen der Kampagne einen Zugang.

Durch den neuen Single SignOn wird das Reporting mit einem eigenen Button nach der Buchung und Kampagnenkonfiguration im Bestell-Tool angezeigt. Klicken Sie auf den Button, um auf das Echtzeit-Reporting-Tool zu kommen. Bitte beachten Sie: Auch für den Zugang zum CRM-Tool greift die Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA) – der Sicherheitscode wird Ihnen per Mail zugeschickt.



Das Echtzeit-Reporting-Tool umfasst folgende Daten:

- ✓ Übersicht (Onlinegänge/Zeit)
- ✓ Segmentanalyse (Auflage, Login, Kontaktwunsch)
- ✓ Zeitverlauf (nach Tag, Uhrzeit)
- ✓ Seitenstatistiken (dynamisierte Fragen)
- ✓ Nutzerangaben
- ✓ Gerätedaten
- ✓ Altersauswertung (insgesamt, nach Login, Kontaktwunsch)

DAS NÄCHSTE LEVEL

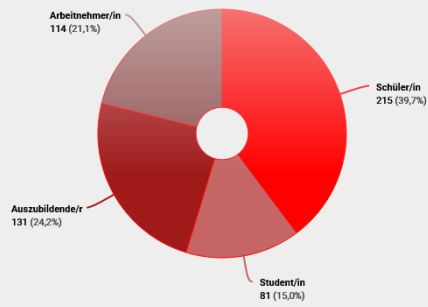
Letztes Datenupdate: 22.02.2024 10:29:55

Standard

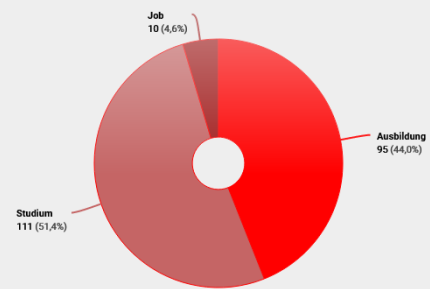
- Übersicht
- Segmentanalyse
- Zeitverlauf
- Seitenstatistik
- Seitenstatistik II
- Nutzerangaben
- Gerätedaten



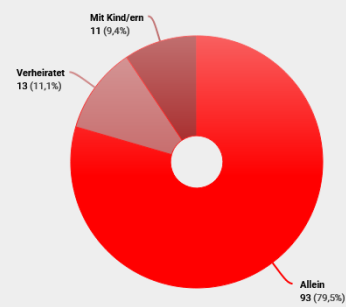
Frage 1 - Aktueller Status



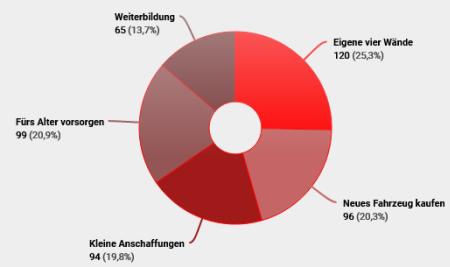
Frage 2a - Pläne danach (nur Schüler/in)



Frage 2b - Familienstand (außer Schüler/in)



Frage 3 - Wunschabgabe



9 E-Mail-Vorlagen

Wie in Kapitel 7 beschrieben, können Sie einsehen, welche Wünsche und Präferenzen Ihre Kundinnen und Kunden im Rahmen des Gewinnspiels geäußert haben. Um gezielt daran anzuknüpfen, stellen wir Ihnen passende E-Mail-Vorlagen in der [Kommunikationswelt-Content](#) zur Verfügung. Mit diesen können Sie Ihre Kundschaft anlassbezogen zu ihren Bedürfnissen (z. B. Autokredit, Immobilienfinanzierung, Vorsorge) kontaktieren. So sprechen Sie sie genau dort an, wo ihr Interesse liegt, und schaffen eine ideale Grundlage für ein persönliches Beratungsgespräch. Die E-Mail-Vorlagen stehen Ihnen in einer Du- sowie einer Sie-Ansprache zur Verfügung.

- ✓ **Sparkassen-Autokredit:**
Für Kundinnen und Kunden mit der Präferenz „Neues Fahrzeug kaufen“
- ✓ **Sparkassen-Privatkredit:**
Für Kundinnen und Kunden mit der Präferenz „Kleine Anschaffungen“
- ✓ **Immobilienfinanzierung:**
Für Kundinnen und Kunden mit der Präferenz „Eigene vier Wände“
- ✓ **Altersvorsorge:**
Für Kundinnen und Kunden mit der Präferenz „Fürs Alter vorsorgen“
- ✓ **Weiterbildung:**
Für Kundinnen und Kunden mit der Präferenz „Weiterbildung“
- ✓ **Übergreifendes Mailing:**
Als allgemeine Beratungseinladung, unabhängig von der geäußerten Präferenz

10 Ermittlung der Gewinnerin/des Gewinners

Am Gewinnspiel kann jeder teilnehmen. Das Gewinnspiel ist nicht an die Vereinbarung eines Beratungstermins gebunden. Der Gewinner oder die Gewinnerin wird jeweils nach dem PAL-Termin ermittelt. Sollte eine Ihrer Kundinnen oder einer Ihrer Kunden gewinnen, werden Sie als zuständige Sparkasse benachrichtigt. Zu gewinnen gibt es eine Nintendo Switch Spielekonsole.

