

# Pressemitteilung

## Deutsche Post bietet neuen Print-Mailing Kanal in der Marketing Cloud von Salesforce

- **Werbetreibende können jetzt Print-Mailings über eine App im „Salesforce AppExchange“ Marktplatz in ihre Marketing Automation integrieren**
- **Durch die erweiterte Zusammenarbeit mit Salesforce deckt die Deutsche Post 75 Prozent der relevanten Marketing Automation Systeme ab**

**Bonn, 21. Februar 2022:** Für immer mehr Werbetreibende wird die Marketing Automation die Schaltzentrale für die Planung und Aussteuerung ihrer Marketing-Maßnahmen. Doch bisher lassen sich über so genannte Marketing Automation Systeme (MAS) vor allem digitale Kanäle integrieren. Durch die Kooperation mit Salesforce erweitert die Deutsche Post ihre Präsenz in diesem Markt: Damit ist inzwischen bei 75 Prozent der relevanten Marketing Automation Systeme auch das klassische Print-Mailing integriert. So lassen sich physische Mailings nahtlos in die Steuerung der Customer Journey, den Kaufprozess, integrieren. Mit Salesforce gewinnt die Deutsche Post einen weiteren Partner für die Marketing Automation. Werbetreibende haben so die Möglichkeit, gezielt von den hohen Responsequoten des physischen Mailings zu profitieren und sie direkt in ihre Kampagnen zu integrieren.

### Eine neue App für das Print-Mailing in der Salesforce Marketing Cloud

Die „Print-Mailing Automation“ App steht ab sofort Unternehmen im AppExchange, dem führenden Cloud-Marktplatz, zur Verfügung. Kunden laden die App in ihre Suite herunter und können das Print-Mailing als weiteren Baustein in ihrer Kampagnen-Steuerung nutzen. Über die App greifen sie direkt auf die Print-Mailing Automation der Deutschen Post zu und versenden die Print-Mailings aus der Salesforce Marketing Cloud heraus. Die Deutsche Post übernimmt den vollständigen Druck- und Zustellprozess.

„Durch die Integration in Salesforce können wir die Verfügbarkeit des Print-Mailings in Marketing Automation Systemen weiter ausbauen“, sagt Lars Schlimbach, Partner-Management & -Development Dialogmarketing Deutsche Post. „Damit können sie ihre Print-Mailing-Kampagnen in die digitale Kundenansprache integrieren und sie zudem individuell an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten – und damit die Effizienz und Wirkung steigern.“ Bernd Wagner, Senior Vice President für Marketing Cloud bei Salesforce Deutschland: „Mit der Integration des Print-Mailings in die Salesforce Marketing

Seite 1 von 3

# Pressemitteilung

Cloud gewinnen die Nutzer der Marketing Automation Lösung einen impulsstarken weiteren Kanal, der zukünftig in integrierten Kampagnen wichtige Aktivierungs-Leistungen übernehmen kann.“

## **Die Kooperation erleichtert Werbetreibenden die Individualisierung**

Damit folgen beide Partner einem wichtigen Trend im Marketing: Verbraucherinnen und Verbraucher in ihrem Informations- und Kaufprozess im richtigen Moment mit individueller, auf sie zugeschnittener Werbung, anzusprechen. Diese ermöglicht es ihnen, Print-Mailing-Kampagnen in verschiedenen Individualisierungs-Stufen anzulegen: Das reicht von einer persönlichen Ansprache über einfache, individuell angepasste Textbausteine bis hin zu individualisierten Text- und Bild-Inhalten und Angeboten, die auf Basis von Kundendaten oder Kaufinformationen dynamisch generiert werden.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download unter [dpdhl.de/pressemitteilungen](https://dpdhl.de/pressemitteilungen)

### **Medienkontakt**

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: [pressestelle@dpdhl.com](mailto:pressestelle@dpdhl.com)

E-Postbrief: [pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de](mailto:pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de)

Im Internet: [dpdhl.de/presse](https://dpdhl.de/presse)

Folgen Sie uns: [twitter.com/DeutschePostDHL](https://twitter.com/DeutschePostDHL)

### **Deutsche Post – Die Post für Deutschland**

**Deutsche Post** ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt. Mit der starken Marke Deutsche Post und rund 155.000 Mitarbeiter\*innen, die höchsten Servicestandards und nachhaltigem Handeln verpflichtet sind, ist das Unternehmen „Die Post für Deutschland“. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post verbindet Gegenwart und Zukunft der Post- und Kommunikationsdienstleistungen: von der Brief- und Paketzustellung über die sichere elektronische Kommunikation bis zum Dialogmarketing für Privat- und Geschäftskunden. Dabei ist das

# Pressemitteilung

Unternehmen ein Vorreiter für neue Technologien, wie den CO<sub>2</sub>-neutralen Versand und Logistiklösungen für den Online-Handel.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.