

© FMVÖ/Nuhn

Smart Droid Marketing-CEO Werner Schediwy: „Die S  
unterschiedliche Datenquellen auf smarte Art und Weise

© FMVÖ/Nuhn

Smart Droid Marketing-CEO Werner Schediwy: „Die  
SAAS (Software as a Service) verknüpft unterschiedliche  
Datenquellen auf smarte Art und Weise.“

## Droid Marketing: Eine europäische Revolution

Das neue Unternehmen bietet eine SAAS für  
KMU, die bei der dmexco bereits für Standing  
Ovations sorgte.

••• Von Gianna Schöneich

Der Markt der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) ist groß. In der D-A-CH-Region gibt es rund 360.000 KMU (WKO EU Statistic SMEs). Die derzeit vorherrschenden Big- und Smart Data-Lösungen kommen von großen Anbietern wie Adobe, Oracle oder IBM und sind für KMU von den Implementierungs- und Betriebskosten her unerschwinglich. Das Unternehmen Droid Marketing setzt auf Demokratisierung und hat eine Dialogmarketing-Cloud entwickelt, die auf KMU mit bis zu 250 Mitarbeitern ausgerichtet und außerdem mit knapp 900 € pro Monat erschwinglich ist. **medianet** sprach mit dem Geschäftsführer des neuen Unternehmens, Werner Schediwy.

**medianet:** Herr Schediwy, Sie und Ihr Team haben im April eine völlig neue Dialogmarketing-Cloud entwickelt. Woher kam der Antrieb hierfür?

**Werner Schediwy:** Systeme von großen Anbietern sind meist teuer, und es bedarf eines entsprechenden Know-hows, also Spezialisten, um Real Time Behavioral Marketing durchführen zu können. Diese Gegebenheiten sind in vielen KMU nicht vorhanden. Unser Ziel war es,



eine Software zu entwickeln, die *einfach* zu bedienen ist – unser Gedanke war ‚mobile first‘ und wir haben einen Prototypen entwickelt. Denn wenn eine Software so einfach ist, dass sie mobile funktioniert, dann kann man sie auch ohne große Umstände am Computer bedienen. So müssen KMU keine weiteren Ressourcen oder Mitarbeiter aufbringen.

**medianet:** Die Software ist also leicht zu bedienen. Was bietet sie denn noch?

**Schediwy:** Die SAAS (Software as a Service) verknüpft unterschiedliche Datenquellen auf smarte Art und Weise; individuelle Kampagnen können erstellt und automatisiert ausgespielt werden. Die Software ist zu 100% in Österreich gefertigt und entspricht allen EU-Datenschutz- und E-Privacy-Richtlinien. Wir bieten absolute Datensicherheit, indem wir nur im deutschsprachigen EU-Raum hosten. Im Zentrum des Service steht der *Connector*; hierbei handelt es sich um ein Schnittstellen-Managementprogramm. Dieses zeigt, welche Datenquellen an das System angebunden sind. Zu sehen sind Webstatetracking, Geo-Daten-Tracking, InApp-Tracking und so weiter. Es gibt ein Nachrichtencenter, inklusive einer vorbereiteten WhatsApp-Nachrichten-Schnittstelle; hier findet sich außerdem alles, was den Newsletter betrifft, zusätzlich gibt es einen Retargeting-Bereich.

**medianet:** *Sie sagen, Sie verknüpfen unterschiedliche - Datenquellen. Was kann man sich darunter vorstellen?*

**Schediwy:** Daten eines Unternehmens werden mithilfe eines Data-Enrichment-Systems angereichert. Wir können so beispielsweise Informationen über die Kaufkraft oder Haushaltsgröße geben. Von uns erhalten die Unternehmen personalisierte Daten und das in Echtzeit.

**medianet:** *So können Zielgruppen also genauestens definiert werden.*

**Schediwy:** Richtig. Das Service ermöglicht es Unternehmen, Zielgruppen sehr genau *einzugrenzen*. Beispielsweise nur jene Menschen einzubinden, die sich im Umfeld von einem Kilometer zur nächsten Filiale aufhalten. Diese Zielgruppe kann in einem weiteren Schritt beobachtet werden. Man kann sehen, wie sie sich entwickelt; wie ist sie heute und wie war sie vor einer Woche? Über wenige Klicks können Verhaltensmuster designt werden. Auf Basis dieser Informationen können Journeys erstellt werden. Hierfür können verschiedene Stufen definiert werden, beispielsweise wird heute ein Newsletter versendet und in zwei Tagen der nächste. Newsletter kann man außerdem direkt in unserem System gestalten – natürlich auch mit Features wie Videoeinbettung und Ähnlichem. Auf der dmexco in Köln, wo wir das System launchten, haben wir hierfür Standing Ovations bekommen.

**medianet:** *Das System kann also Newsletter versenden, aber auch u.a. SMS – wie funktioniert hier das Kostenmanagement?*

**Schediwy:** Wir haben auch einen Direct-2-Print-Service, was bisher noch keine andere Cloud hat. Aus dem System können Direct Mailings gedruckt und noch am gleichen Tag versendet werden. Der Klient bucht ein Volumen auf das System ein, dieses meldet sich, sobald es aufgebraucht ist – das gilt für alle Bereiche, wo Kosten entstehen.

**medianet:** *Sie planen einen Reseller-Kongress in den kommenden Monaten ...*

**Schediwy:** Genau, für eine Agentur kann unser System auch in Zukunft ein Tool sein, um Kunden zu begleiten.

## GALERIE



### Ihr Kommentar zum Thema

Ihr Kommentar...

Denn das System bietet auch einen Editor zur Gestaltung von Kommunikation und dieser ist bereits bei über 70 Kunden im Einsatz. Dahinter verbirgt sich eine Projektmanagement Software. Hiermit können Briefings erstellt und verwaltet werden. Aus der Marketing Cloud kann einer Agentur so direkt ein Briefing zugestellt werden. Hinterlegt ist an dieser Stelle auch ein kompletter Freigabeprozess. Die Kommunikation kann so sehr effizient gestaltet werden – das Hin- und her-Senden von PDFs fällt damit weg. Es wäre für Agenturen somit von Vorteil, unseren Service anzubieten.

**medianet:** *Weshalb sollte man sich denn für diesen Service entscheiden?*

**Schediwy:** KMUs sollten im Smart Data-Bereich in jedem Fall mitspielen und aus ihren Daten Profit ziehen können. Wir haben ein hervorragendes Produkt geschaffen, für das man keine zusätzlichen Ressourcen einstellen muss. Für knapp 900 Euro kann man auf einem ähnlichen guten Klavier spielen, wie es die großen Konzerne schon seit Längerem tun. Innerhalb einer Woche sind wir für ein Unternehmen startklar, sonst bekommt man sein Geld zurück. Nicht zu vergessen ist die leichte Bedienung des Services.

**medianet:** *Es handelt sich hierbei tatsächlich um eine europäische Revolution – einen ähnlichen Service gibt es bisher nicht.*

**Schediwy:** Wir sind mit unseren Außenhändlern nach Silicon Valley gefahren und haben uns dort zehn Tage lang mit verschiedenen Fachgremien auseinandergesetzt und Pitch-Präsentationen gehalten. Dabei haben wir recht schnell gemerkt, dass es bisher etwas Vergleichbares nicht gibt. Das liegt u.a. daran, dass das Thema so komplex ist, dass sich eher größere Firmen dieses Themas für größere Unternehmen angenommen haben. Die größte Erfolgsbestätigung war, als zwei Teams aus Amerika eine Woche später zu uns nach Wien geflogen sind – sie wollten sich bei uns beteiligen. Damit wussten wir, wir sind auf dem richtigen Weg.