

PRESSEMITTEILUNG

Der nächste Urlaub kommt bestimmt – und damit auch die Frage, ob die gewohnte Tageszeitung an die Urlaubsadresse nachgesendet oder das Abo für einige Wochen unterbrochen werden sollte. Abonnenten der Süddeutschen Zeitung brauchen dabei in Zukunft nicht mehr zum Telefonhörer zu greifen oder gar zum Briefkasten zu laufen: Mit dem neuen Online Service Center steht ihnen ein neuer, leicht zu bedienender Zugang zu allen wichtigen Abo-Serviceleistungen zur Verfügung. Von der Änderung persönlicher Daten wie Haupt-, Rechnungs- und Lieferadresse, über die Nachbestellung von Einzelexemplaren, bis hin zu Neubestellungen unterschiedlicher Abonnement-Formen bietet das Online Service Center der Süddeutschen Zeitung alle Leistungen eines professionellen Call Centers auf elektronischem Weg. Vorteile für die Leser: Sie können die Plattform rund um die Uhr nutzen und damit die Richtigkeit der übermittelten Daten jederzeit überprüfen. Warteschleifen beim Anruf im Call Center gehören endgültig der Vergangenheit an.

Für die Süddeutsche Zeitung bedeutet das neue Online Service Center nicht nur eine Entlastung des Call Centers und eine Senkung der Abonnement-Servicekosten. Bei der Konzeption des Portals wurde von Anfang an auch auf höchst mögliche Flexibilität bei der Konfigurierung der unterschiedlichen Service-Angebote geachtet. So haben die Vertriebsmitarbeiter jederzeit die Möglichkeit, die Online-Service-plattform von ihrer gewohnten SAP-Umgebung heraus zu steuern und beispielsweise Angebote für Probeabonnements, Upselling-Angebote oder Gewinnspiele und Incentives zu platzieren.

Für die fachliche und technische Konzeption und Realisierung des Online Portals zeichnet der Münchener Portal-Spezialist Ray Sono verantwortlich. Die Schnittstellenbausteine zu SAP for Media wurden mit dem Partner plan&runIT – Advision GmbH&Co KG entwickelt.

Mario Lauer, Leiter Lesermarkt der Süddeutschen Zeitung, betont: "Mit dem neuen Online Service Center bieten wir unseren Abonnenten umfassende Services an, die in Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit derzeit die Referenz am Markt sein dürften. Uns steht nun eine Plattform zur Verfügung, die wir weitgehend selbst steuern und so flexibel auf die Bedürfnisse des Marktes reagieren können. Durch personalisierte Angebote an unsere Abonnenten ist das Service Center auch ein wirkungsvolles Vertriebsinstrument. In Ray Sono haben wir einen Partner, der uns sehr professionell durch das Projekt begleitet und uns mit seiner Erfahrung hervorragend unterstützt hat."

Den Abonnenten der Süddeutschen Zeitung präsentiert sich die technisch komplexe Web-Anwendung in hervorragender Usability. „ Im Gegensatz zur personalisierten Startseite, die den Besucher unterhalten und animieren soll, wurde der Service-Bereich in der Gestaltung bewusst reduziert umgesetzt, um den Benutzer klar und leicht verständlich durch die Prozesse der Abonnement-Verwaltung zu leiten“, erklärt Ray Sono Projektleiter Christoph Ramm. „Flexible Erweiterungsmöglichkeiten bieten darüber hinaus schon jetzt die technologische Grundlage, um das Service Center in Zukunft zum zentralen Anlaufpunkt für alle Service-Angebote, wie beispielsweise auch die Anzeigenmärkte, zu machen.“

Die Ray Sono AG ist Partner für die Konzeption, Implementierung und Betreuung innovativer internetbasierter Lösungen. Ray Sono gestaltet und optimiert die elektronischen Geschäftsabläufe seiner Kunden und fokussiert sich dabei auf Corporate Websites und Portale, E-Finance Beratungs- und Vertriebssysteme sowie Trainings- und Simulationslösungen. Zu den Kunden von Ray Sono zählen Unternehmen aus allen Bereichen der Wirtschaft: Allianz, Austrian Airlines, Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, BMW Group, Credit Suisse, Deutsche Bundeswehr, EADS, General Dynamics, HDW, HypoVereinsbank, Lufthansa, MAN Nutzfahrzeuge Gruppe, Mövenpick, Postbank und Siemens.

Die Süddeutsche Zeitung ist die größte überregionale Abonnement-Tageszeitung Deutschlands. Als einzige deutsche Qualitäts-Tageszeitung vereint die Süddeutsche Zeitung hohen redaktionellen Anspruch mit höchster Reichweite (1,35 Mio. Leser laut AWA 2007). Laut Leseranlyse Entscheidungsträger (LAE 2007) lesen 10,3% der Top-Entscheider die Süddeutsche Zeitung. Für die Süddeutsche Zeitung arbeiten etliche der besten Journalisten Deutschlands. Den hervorragenden Ruf der Süddeutschen Zeitung belegen auch zahlreiche Auszeichnungen: Deutschlands Journalisten wählten sie in einer repräsentativen Studie zu ihrem Leitmedium. SZ-Redakteure sind unter den Gewinnern bei den renommiertesten Journalistenpreisen.

Die plan&runIT – Advision GmbH&Co. KG mit Sitz in Böblingen ist ein Beratungsunternehmen der Medienbranche. Namhafte, große und mittlere Medienunternehmen zählen zu den Kunden. Plan&runIT unterstützt Medienunternehmen im SAP-Umfeld rund um mySAP Media. Dabei liegt der Fokus auf Systemintegration zu allen angrenzenden Systemen durch die Einführung neuer Software, die Unterstützung beim Betrieb und der Weiterentwicklung von Komponenten.

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
Anke Zormeier
Tel: 089 74646-124
Fax: 089 74646-100
E-Mail: anke.zormeier@raysono.com
www.raysono.com

Achim von Michel
Tel: 089 2 878 878 0
Fax: 089 2 878 878 9
E-Mail: vonmichel@wordup.de
www.wordup.de