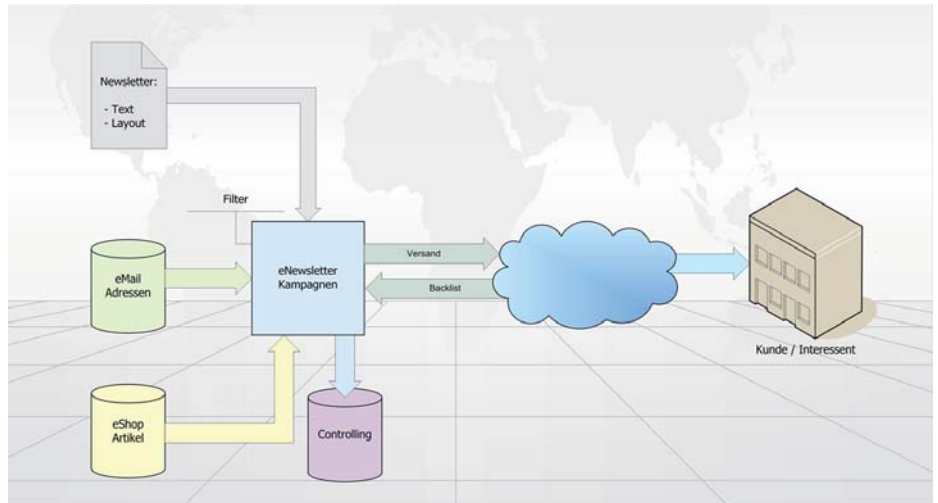


## Funktionen

- Import von Bankkontobewegungen im Standard MT940-Format
- Voreinstellungen über die gewünschten Umsatzarten und Geschäftsvorfällen
- überprüfen der Bankbuchungen auf Konsistenz
- Automatische und manuelle Suche und Zuordnung zu offenen Posten, wobei die Trefferquote sehr stark von der Datenqualität abhängig ist
- Automatische Kontierung der Bankumsätze, manuelle Korrektur möglich
- Definition und Verwendung von eigenen Buchungsvorlagen
- In Verbindung mit dem ComServer können autom. bereitgestellte Bankdateien von unterschiedlichen Bankverbindungen zur gewünschten Zeit importiert werden
- Routine zur Vermeidung von doppelten Bankumsätzen



Die eMarketing-Möglichkeit „eMail-Newsletter“ spielt gerade im Aftersales-Marketing eine wichtige Rolle. Das Kundenklientel „Internet-Kunden“ muss erst einmal als Stammkundschaft gewonnen und gehalten werden. Für diese Zielgruppe ist das Versenden von regelmäßigen eMail-Newslettern geradezu unerlässlich. Das Medium eMail bringt von Natur an einen entscheidenden Kostenvorteil bei regelmäßigen Kampagnen. Sämtliche Druck- und Portokosten aus dem klassischen Post-Mailing entfallen vollständig. Zudem kann in HTML-eMails eine Menge Interaktivität abgebildet werden, die nahezu keine Wünsche offen lässt. Zum Beispiel die Einbindung von direkten Shop-Verlinkungen von Artikeln, die Suchmöglichkeit nach weiteren Produkten, die Darstellung von Kataloggruppen und viele anderen Möglichkeiten verbinden Online-Shop und Newsletter funktional. Ihre Zielgruppen wählen Sie durch umfangreiche Filtermöglichkeiten vorab genau aus und können diesen Filter immer wieder verwenden.

Wichtig ist heutzutage die Personalisierung von eMail-Newslettern. Diese Eigenschaft binden Sie mit den **ascara eNewsletter**-Modul im Handumdrehen mit einfachem Einfügen von Datenfeldern aus dem vorab angelegten Filter ein. Somit fühlt sich jeder Empfänger persönlich angesprochen. Das An- und Abmelden von eMail-Adressen ist vollständig im **ascara eShop** integriert. Somit müssen Sie sich nicht über das Löschen von abgemeldeten eMail-Empfängern kümmern und können neu angemeldete Empfänger einfach in Ihre Kampagne mit aufnehmen.

Das Controlling nach dem Versand des Newsletters beantwortet viele interessante Fragen. Gegenüber einem Post-Mailing können Sie nach dem Versand auf eine detaillierte Aufwand-Nutzen Auswertung zugreifen. Wie viele Newsletter wurden überhaupt erfolgreich versendet? Welche Artikel aus dem Newsletter wurden wie oft und von welchem Empfänger angeklickt? Wie viele Bestellungen mit welchem Umsatz wurden durch den Newsletter im Online-Shop getätigt? Welche Artikel hat der Empfänger aufgrund des Newsletters im Shop noch angesehen?

