

netnomics X optilyz

DURCH PERSONALISIERUNG UND AUTOMATISIERUNG WERDEN EMAIL UND PRINT ZUM DREAMTEAM

Programmatic Print als
Performancetreiber im CRM



Über **>127**
verschiedene Perso-
nalisierungs-Attribute

Zeit von Kampagnen-Trigger
bis Postauslieferung:
1-2 Tage

Umsetzungszeit
4 Wochen

Voll Automa-
tisierung mit:

salesforce



DIE HERAUSFORDERUNG

Customer Journey Touchpoints statt
Gießkannen-Marketing

Ein führender deutscher Retailer wollte, analog zu seinen digitalen Kanälen, auch im Direct-Mail-Bereich eine Abkehr von unpersonalisierten Massenmailings umsetzen. Print-Mailings sollten mit individualisierten Produktempfehlungen analog den digitalen Kanälen hoch personalisiert und vor allem automatisiert angesteuert und in digitale Customer Journeys verknüpft (mit Email und App) werden.

Dabei waren die Anforderungen:

- Skalierbar
- Schnelle Umsetzung
- Aufwandsminimierung
- Integration der postalischen Touchpoints in digitale Customer Journeys
- Umsatz und Profit der Print-Mailings hoch



DIE UMSETZUNG

Cross Channel Journey statt isolierte Touchpoints

Um die individualisierten Print Mailings zu erstellen, kreierte netnomics das komplette Setup als zentrales Steuerungsorgan aus der Salesforce Marketing Cloud. optilyz wurde hierin als Add-on aktiviert und gesteuert.

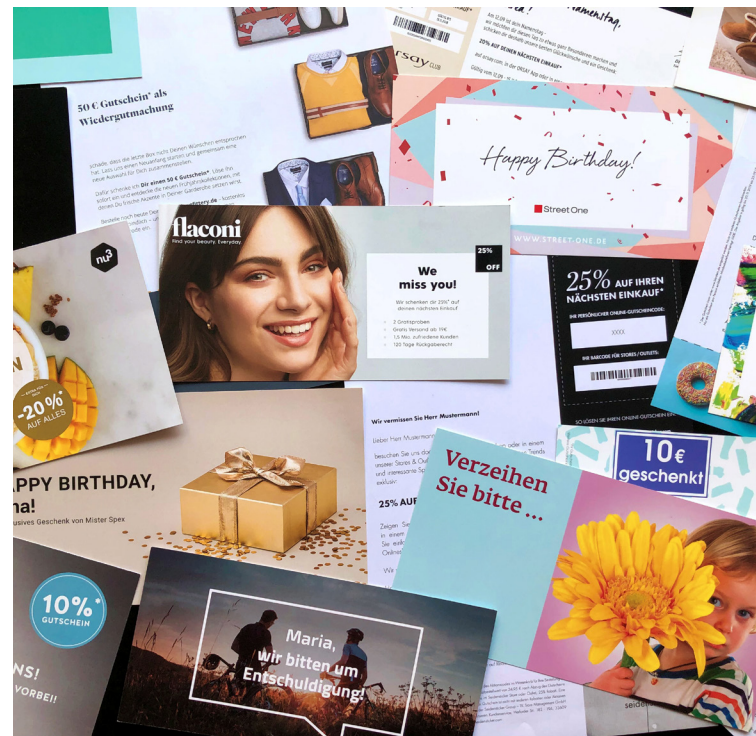


Abb: Beispiel Print-Mailer

Für die Zeit der Kampagne wurden pro Woche vier Newsletter auf Basis von vier unterschiedlichen Templates erstellt. Um Angebote und Empfehlungen für jeden Empfänger passgenau auszusteuern, wurden verschiedene Datenquellen in einer einzigen Data Extension verknüpft:

- Kunden-, Adress- und Produktdaten
- Kaufdaten
- Empfehlungen auf Basis von PLZ (Falls die Kaufdaten gar nicht oder nicht in ausreichender Anzahl vorhanden waren)

Aus rund 100 Produkten je Empfänger wurden dabei per Script die 20 relevantesten ausgewählt – z.B. sollten keine ähnlichen Produkte angezeigt werden, sondern eine möglichst abwechslungsreiche Auswahl.

Unter anderem sollte bei Empfehlungen, die drei gleiche Artikel verschiedener Marken enthielten, nur die am höchsten priorisierte ausgespielt werden. Für die Personalisierungen wurden etliche Datenfelder angelegt und die Layouts mit den entsprechenden Platzhaltern für die Personalisierung erstellt – über eine Journey konnten die gesammelten Daten an optilyz übergeben und die Mailings konfiguriert werden.



DAS ERGEBNIS

Nach dem initialen Setup der verschiedenen Datenquellen, hoch komplexen Attributen und Segmentierungen ließ sich mit agilen wöchentlichen Triggern mit tausenden hyperpersonalisierten Print-Mailings, die aus der Marketing Cloud heraus gesteuert wurden, höchste Relevanz bei minimiertem Aufwand erzielen.

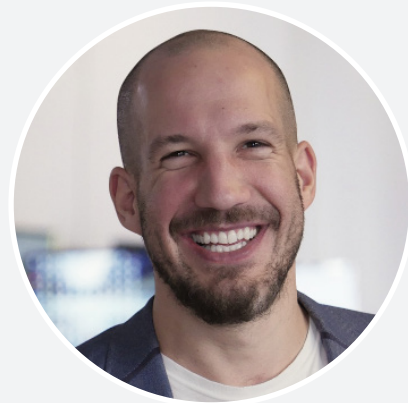
Nach Abschluss des Pilotprojektes wurden nachfolgende Kampagnen basierend auf dieser Maßnahmen weiter optimiert und auf die Kundenwünsche, die Zielsetzung und Erfolgsfaktoren abgestimmt. Anpassungen erfolgten in verschiedenen Bereichen z.B. durch Layout-Tests, Optimierung der Produktauswahl, Anpassen der Produktempfehlungen an saisonale Gegebenheiten. Diese bildeten die Basis für den Rollout für weitere Use Cases entlang des Customer Life Cycles.

OPTILYZ STELLT SICH VOR

optilyz ist Europas führende Software für physische Mailings im CRM. Briefe, Postkarten & Selfmailer können über die Lösung nicht nur mühelos gedruckt und versendet, sondern insbesondere einfach in das Cross-Channel-Marketing integriert, automatisiert und besser personalisiert werden. Die Lösung reduziert nicht nur Aufwände sondern maximiert insbesondere die Kundenzentrierung und somit auch Profitabilität des Print-Mailing-Kanal.

Partnerstimme optilyz

netnomics ist mit seiner tiefen Salesforce Expertise ein idealer Umsetzungs-Partner um das volle Potential des optilyz Modul innerhalb der Marketing Cloud zu realisieren. Denn wer Print-Mailings maximal kundenzentriert und profitabel einsetzen will muss den Kanal ganzheitlich als Teil des Marketing Mix bewerten und dann systematisch vom Customer Journey Mapping bis zum Aufsetzen von Datenstrukturen und dem Setup der Erst-Kampagnen vorgehen.



Rob Rebholz

Managing Director
rob.rebholz@optilyz.com

Ansprechpartner netnomics

Aferdita Kuqi

Account Director & Team Lead
E-Mail Marketing & CRM
aferdita.kuqi@netnomics.com

