



## VOM NEWSLETTER ABO ZUM NEUKUNDEN – VOLLAUTOMATISIERT

### DIE AUSGANGSSITUATION

Bereits seit über 5 Jahren ist E-Mail Marketing für einen süddeutschen Versandhändler ein wichtiger Informations- und Absatzkanal. Anfang 2012 wurde die bestehende E-Mail Marketing Lösung durch ein modernes E-Mail Marketing System abgelöst – mitentscheidend war ein automatischer Datenbankabgleich über einen SAP-zertifizierten CRM-Konnektor sowie die Stärken in der statistischen Auswertung. Neben dem Einsatz für individualisierte Newsletter und zur Kundensegmentierung plant das Unternehmen sein E-Mail Marketing für weitere Kommunikationsstrecken zur Neukundengewinnung einzusetzen.

### DIE UMSETZUNG

#### Neue Kunden über Marketing Automation

Eine erste Kampagne, die direkt an die bestätigte Newsletter-Anmeldung anknüpft, verfolgt mit einem mehrstufigen Kommunikationskonzept das Ziel, die Profildaten der Abonnenten mit den jeweiligen Interessen anzureichern. Über die gesamte Kommunikationsstrecke werden maximal sechs Mails mit unterschiedlichen Themen und Schwerpunkten versendet. Die Marketing Automation Kampagne versendet vollautomatisch nach einem definierten Zeitschema und in Abhängigkeit des jeweiligen Benutzerverhaltens. Das System reagiert dabei auf die hinterlegten Interessen. Dadurch werden die Abonnenten mit passgenauen Angeboten versorgt.

#### Aufbau der Kommunikationsstrecke

Die Kampagne zur Neukundengewinnung erstreckt sich von der Newsletter-Anmeldung über die eigentliche Marketing Automation Kampagne bis hin zu flankierenden Kommunikationsmaßnahmen.

Das Kampagnenkonzept, die Newsletter-Anmeldung wie auch die flankierenden Maßnahmen sind durchgehend Kundenseitig entwickelt worden. Die technische Umsetzung der Kampagne erfolgte über SC-Networks.

Kostenlos und dennoch unbezahlbar - als Abonnent des Newsletters wissen Sie vor allen anderen, was abgeht und profitieren von zahlreichen Vorteilen.

Sichern Sie sich den Newsletter und Ihren 5 € Willkommens-Rabatt!

Ihre E-Mail Adresse \*

Anrede \*  
 Frau  Herr

Vorname \*

Name \*

Geburtsdatum \*  
TT.MM.JJJJ

Sicherheitscode  
fire

Sicherheitscode eingeben \*

Sie können den ersten Newsletter gar nicht erwarten? Unsere Sofort-Empfehlungen entführen Sie zum [Dinner in the Dark](#) zum Fallschirmspringen oder zum [Ferrari selberfahren](#) in Sekundenschnelle!

Die Newsletter-Anmeldung setzt die Marketing Automation in Gang.



Über einen Zeitraum von 4 Wochen werden innerhalb des Marketing Automation-Blocks mit der EVALANCHE bis zu sechs Mails automatisch versendet:

- In der Willkommensmail kann der Abonnent ein individuelles Interessenprofil hinterlegen.
- Falls nach einem Zeitraum von fünf Tagen noch keine Profildaten vorliegen, wird eine Erinnerungsmail samt Link zu einem kompakten Profil-Formular versendet.
- Hat der Empfänger ein Interessenprofil hinterlegt, erhält er eine Angebotsmail für ein Versandhandelssortiment, das seinen Interessen entspricht. Sollten noch keine Profildaten vorliegen, erhält er ein allgemeines Angebot.
- Alle Abonnenten erhalten ein exklusives Angebot, ausschließlich innerhalb der Neukundenkampagne buchbar ist.
- Gegen Kampagnenende erhalten die Empfänger die gesammelten Profilinformatoren, um ihre persönlichen Interessen bei Bedarf anpassen zu können.
- In der letzten Kampagnenmail haben die Empfänger über ein Formular die Möglichkeit, einen Schenkungsanlass zu konfigurieren. Danach beginnt der reguläre Newsletter-Betrieb.

Wenn ein Empfänger innerhalb der laufenden Kampagne eine Bestellung vornimmt, wird die Kampagne direkt beendet und der Newsletter-Abonnent erhält nur noch den regulären Newsletter.

Unterstützt wird die Kampagne über flankierende Maßnahmen wie Website, Blogbeiträge und Social Networks. Die gewonnenen Daten werden zentral im CRM-System gehalten und in Echtzeit über einen angepassten SAP-Konnektor synchronisiert. Die Anbindung an SAP CRM konnte dank des Konnektors innerhalb von wenigen Wochen umgesetzt werden.

## DIE VORTEILE

Durch die Kampagne zur Neukundengewinnung erhält der Versandhändler die Möglichkeit, seine Newsletter-Abonnenten stets mit relevanten Inhalten zu versorgen und dem individuellen Interessenprofil entsprechend attraktive Angebote erstellen zu können, wovon natürlich auch die Abonnenten profitieren. Die gesamte Kommunikationsstrecke läuft vollautomatisch inklusive der Datensynchronisierung mit SAP CRM, so dass so gut wie kein Pflegeaufwand notwendig ist.

Erste Tests sind sehr positiv verlaufen, so dass das Unternehmen insgesamt eine gute Akzeptanz/Performance erwartet. Der Anmeldeprozess soll zukünftig innerhalb von EVALANCHE umgesetzt werden, momentan wird noch ein entkoppeltes Anmeldeverfahren auf Kundenseite verwendet. Weiterhin wird überlegt, ob eine ähnliche Kampagne auch für Bestandskunden aufgelegt werden soll.

