

E-Mail-Marketing entlang der Customer Journey

Wie Deichmann
kanalübergreifend
Kundennähe schafft

inXmail 

E-MAIL-MARKETING.
NÄHER AM KUNDEN.

... in der Marketingkommunikation

- › Kanalübergreifende und aufeinander abgestimmte Kommunikation mit Kunden und Interessenten (z. B. Online-Shop, Geschäft vor Ort, Social Media, E-Mail-Marketing)
- › 24 Länder, die aktiv E-Mail-Marketing betreiben
- › 3 Marken, die den Kanal E-Mail-Marketing aktiv nutzen
- › Mehrere Systeme im Einsatz, die dem E-Mail-Marketing unterschiedliche Daten bereitstellen (CRM inkl. Kampagnenmanagement-Tool, Online-Shop, Webanalysetool, Produktdatenbank)

... bei E-Mail-Marketing-Kampagnen

- › Mailings im Rahmen des Kundenbindungsprogramms Deichmann PLUS, z. B. Newsletter, Kampagnenmailings und Triggermailings (Willkommen, Geburtstag)
- › Regelmäßige Newsletter mit Produktinformationen, saisonale Mailings, lokale Kampagnen mit besonderen Angeboten/Vorteilen
- › Zielgruppe: Interessenten und Bestandskunden von Deichmann

Kundenbindungsprogramm Deichmann PLUS

Service PLUS

- › Umtauschen ohne Kassenbon
- › 30 Tage nach dem Kauf: mögliche Preisreduzierung wird per Einkaufsgutschein zurückerstattet

Info PLUS

- › Vorab Einblick in neue Kollektionen und direkt Lieblingsschuhe in der passenden Größe reservieren
- › Aktuelle Informationen über neueste Schuh-Trends, Mode und Lifestyle

Spar PLUS

- › Exklusive Angebote und Deichmann PLUS Rabattaktionen
- › Schuhe zum Top Deal Preis

Anforderungen an die E-Mail-Marketing-Lösung

- › **Einheitliches Erscheinungsbild** der Mailings und Newsletter, länderspezifische Abweichungen müssen jedoch möglich sein.
- › **Connected E-Mail-Marketing**, das auf bestehende Systemlandschaft aufbaut und sich in die kanalübergreifende Kommunikation mit Kunden und Interessenten flexibel einfügt.
- › Marketingkommunikation via E-Mail soll **möglichst automatisiert** erfolgen, ...
 - ... da dieselben Produktinformationen für alle Kanäle gelten.
 - ... da auf Benutzerverhalten entsprechend reagiert werden soll.
- › Optimal nutzbar für das **Kundenbindungsprogramm** Deichmann PLUS (z. B. persönliche Gutscheine und Coupons) und für das **Lifecycle Marketing** von der Lead- bis zur Kundenphase bis zur Reaktivierung.
- › Zentrales **Blacklisting**.

Consulting

strategisch, technisch
und in der Anwendung
der Software sowie bei
der Umsetzung automa-
tisierter Prozesse

Anbindung Inxmail Professional und Inxmail Commerce

an alle erforderlichen
Systeme

Template inkl. Vorlagengestaltung

geltend für alle Mailings
und Newsletter

Content App

übernimmt global
geltende Produktinfor-
mationen automatisiert
in den Newsletter

Gutschein-Plugin

für die Verwendung von
Gutscheinen und
Coupons bei Aktions-,
Willkommens- und
Geburtsstagsmailings

Blacklist-Synchronisa- tionsservice

Abmeldung gilt länder-
und themenübergreifend
für alle Mailings und
Newsletter

- › **Zentralisierung der Kundenkommunikation** in einem E-Mail-Marketing-System reduziert den Schulungs- und Installationsaufwand und ermöglicht transparente Prozesse im gesamten Unternehmen.
- › **Konformes Erscheinungsbild** über alle Länder und innerhalb der einzelnen Marken sowie optisch ansprechende Transaktionsmails (z. B. Passwortbestätigungen) stärken den Markenwert und sorgen für eine vertrauenswürdige Außenwirkung.
- › **Automatisierte Prozesse** bei der Contentübernahme sowie Triggermailings reduzieren den Aufwand bei der Erstellung von persönlichen Newslettern und Mailings.
- › **Content App** stellt sicher, dass die Produktinformationen immer aktuell und einheitlich bei der Zielgruppe ausgeliefert werden.

- › **Ganzheitliche und zielgruppengerechte Ansprache** der Kunden entlang der Customer Journey anhand des Benutzer- und Kaufverhaltens an den verschiedenen Customer Touchpoints:
 - Optimale Verknüpfung der Kanäle **Online und Offline**, z. B. durch universell einlösbare Coupons im Geschäft und im Online-Shop.
 - Nutzung von Recommendations für **persönliche Follow-up-Kampagnen**, z. B. nach Kauf von Wanderschuh werden Schnürsenkel und passende Pflegeprodukte zum Nachbestellen angeboten.
 - **Relevante und personalisierte Angebote** schaffen Kundennähe und langanhaltende Kundenbindung.
- › **Globale Blacklist** gewährleistet hohe rechtliche Sicherheit.

Herzstück der E-Mail-Kampagnen: Deichmann Content App

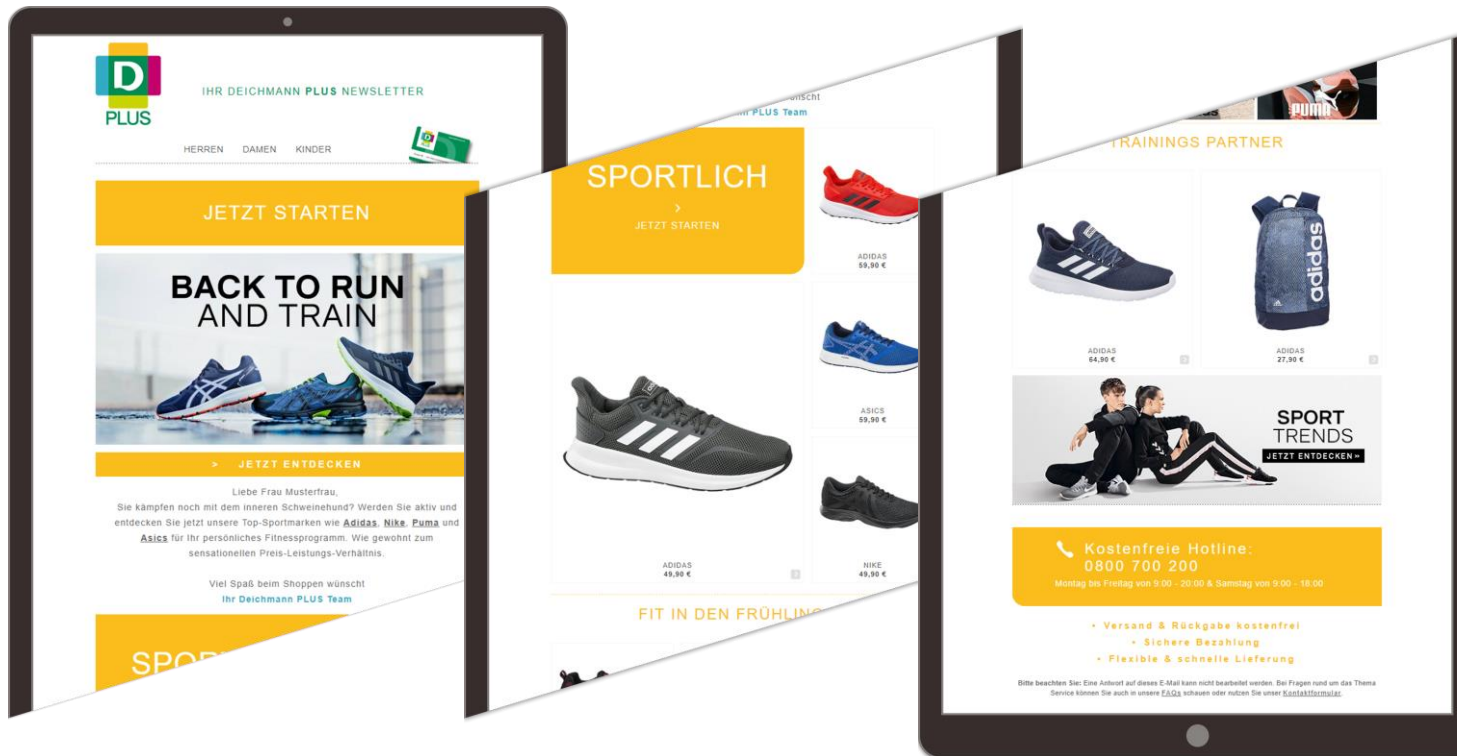
INXMAIL ➔



Deichmann PLUS Newsletter Österreich



- › Betreff: Jetzt aktiv werden - Sportlich in den Frühling!
- › Empfänger: 64.726 | Zielgruppe: Herren, PLUS Mitglieder



20,5 %

Open Rate

15,1 %

Umsatz-Lift¹

2,3 %

Click-Through-Rate

5,8 %

Kaufquoten-Lift²

11,2 %

Click-to-Open-Rate

¹Steigerung ggü. Kontrollgruppe hinsichtl. Kanal E-Mail, Empfänger haben online sowie stationär gekauft | ²Steigerung ggü. Kontrollgruppe, erfolgreich zum Kauf geführte Empfänger

Deichmann PLUS Newsletter Österreich



- › Betreff: Jetzt 50% auf ausgewählte Einzelpaare sparen!
- › Empfänger: 3.690 | Zielgruppe: Herren, PLUS Mitglieder, Multichannel-Kunden

32,6 %

Open Rate

15,3 %

Click-Through-Rate

46,8 %

Click-to-Open-Rate

100 %

Umsatz-Lift

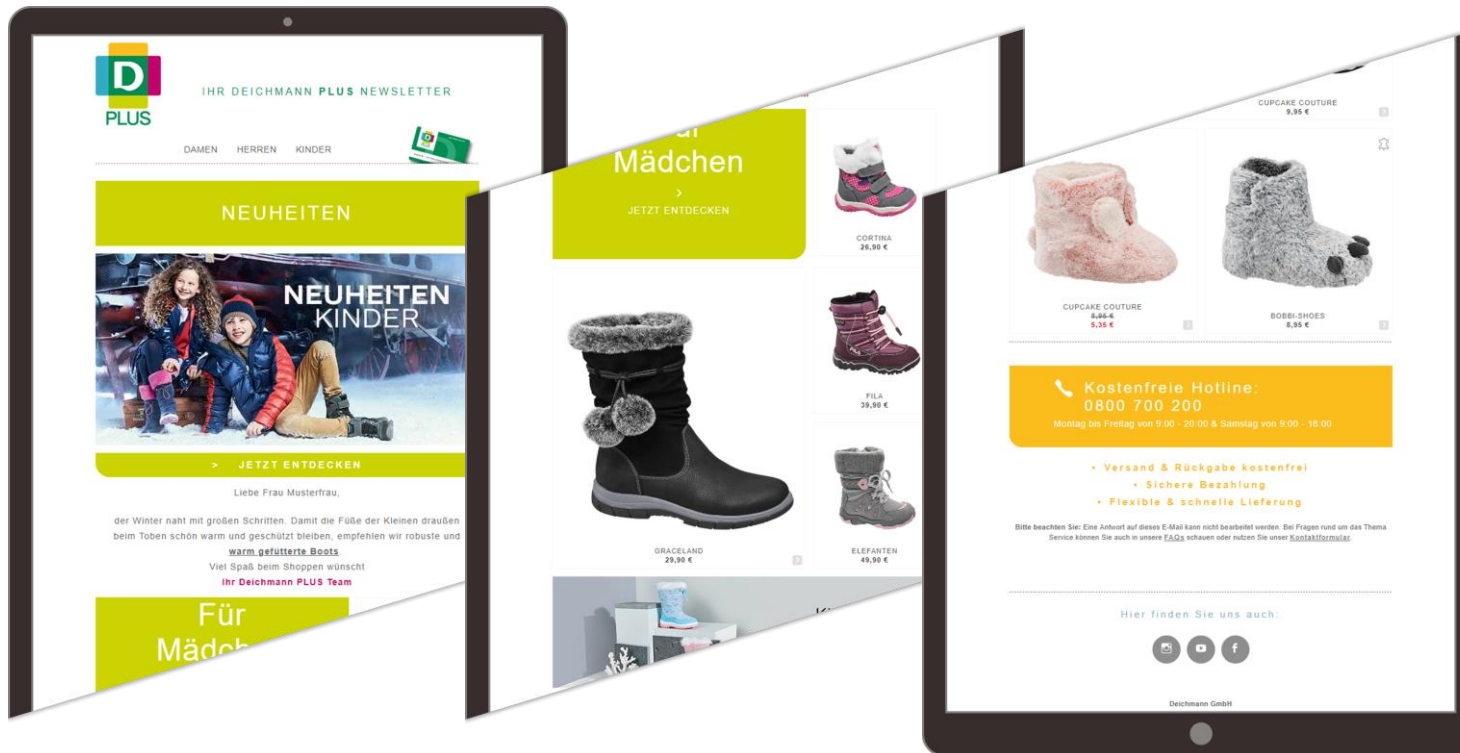
76 %

Kaufquoten-Lift

Deichmann PLUS Newsletter Österreich



- › Betreff: ❄ Freche Kinderboots für den Winter, Frau Musterfrau
- › Empfänger: 206.849 | Zielgruppe: PLUS Mitglieder, Kinderschuh-Käufer, Käufer bestimmter Warengruppen



20,9 %

Open Rate

4,7 %

Umsatz-Lift

3,9 %

Click-Through-Rate

2,7 %

Kaufquoten-Lift

18,6 %

Click-to-Open-Rate

- › Vernetzung zwischen dem stationären und dem Onlinehandel ist für Deichmann entscheidend – das Instrument E-Mail-Marketing inklusive länder- und markenübergreifendem Template, automatisiertem Gutschein-Plugin und flexibler Anbindung an die bestehende Systemlandschaft erfüllt diesen Anspruch:
 - Die Kunden erleben eine **nahtlose Markenerfahrung**.
 - Die Kunden können **über alle Kanäle einfach und bequem shoppen** und erleben Inspiration und Spaß am Einkauf.
 - Die Kunden werden mit dem Kundenbindungsprogramm optimal an den verschiedenen Customer Touchpoints abgeholt und erhalten **persönliche Wertschätzung** je nach Kaufaktivität.
- › Die Orientierung des E-Mail-Marketings an der Customer Journey sowie das Omnichannel-Konzept gehen für Deichmann auf: Im letzten Jahr konnte der Schuheinzelhändler seinen **Umsatz steigern** und verzeichnet weiterhin **deutliche Wachstumsraten über die Online-Shops und Online-Marktplätze**.

**Wir danken
für Ihre
Aufmerksamkeit.**

inxmail 

E-MAIL-MARKETING.
NÄHER AM KUNDEN.

+49 761 296979-800
kontakt@inxmail.de
www.inxmail.de