

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 automatisierter 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 Produktinformationen automatisiert in den Newsletter

Gutschein-Plugin

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

Blacklist-Synchronisationsservice

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 Wanderschuhen werden Schnürsenkel und passende Pflegeprodukte zum Nachbestellen angeboten.
 - **Relevante und personalisierte Angebote** schaffen Kundennähe und langanhaltende Kundenbindung.
- › **Globale Blacklist** gewährleistet hohe rechtliche Sicherheit.

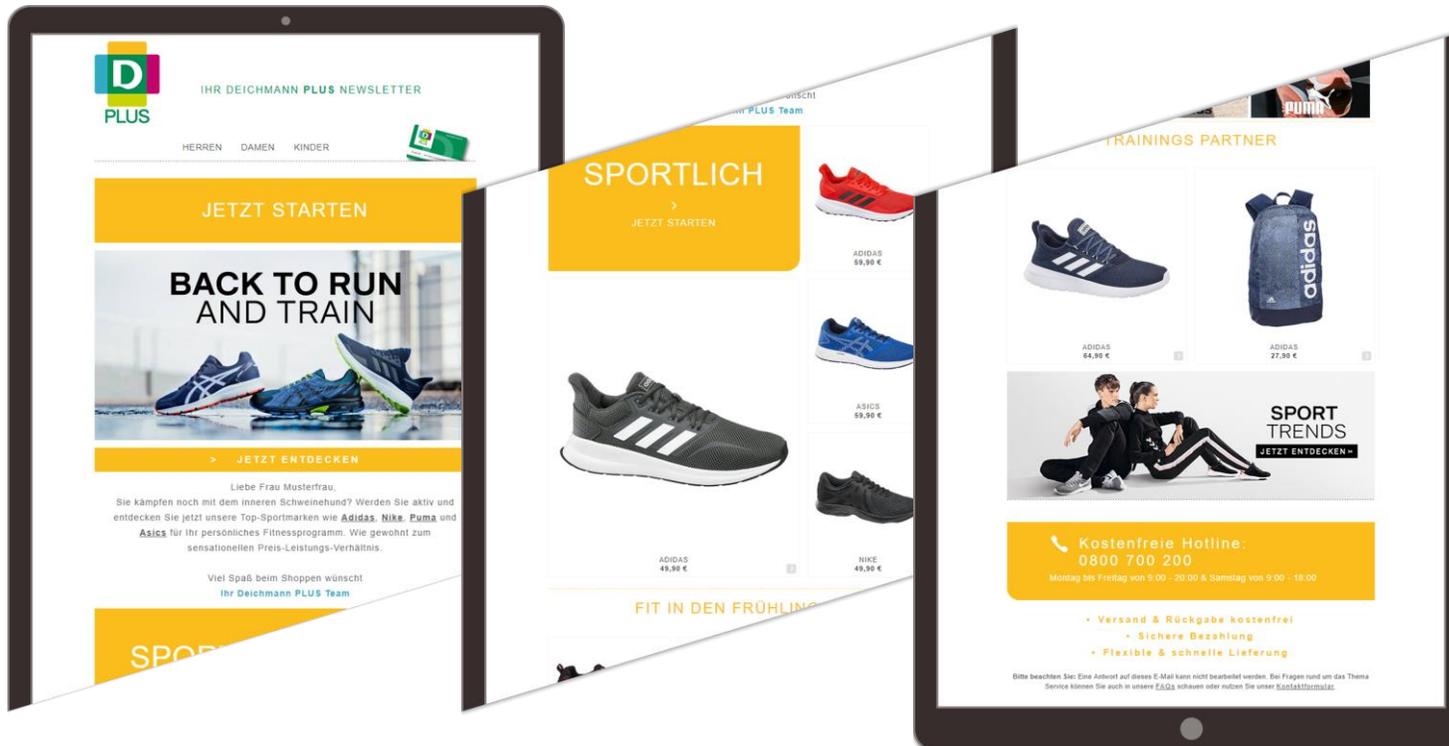
Herzstück der E-Mail-Kampagnen: Deichmann Content App



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



Open Rate



Click-Through-Rate



Click-to-Open-Rate



Umsatz-Lift

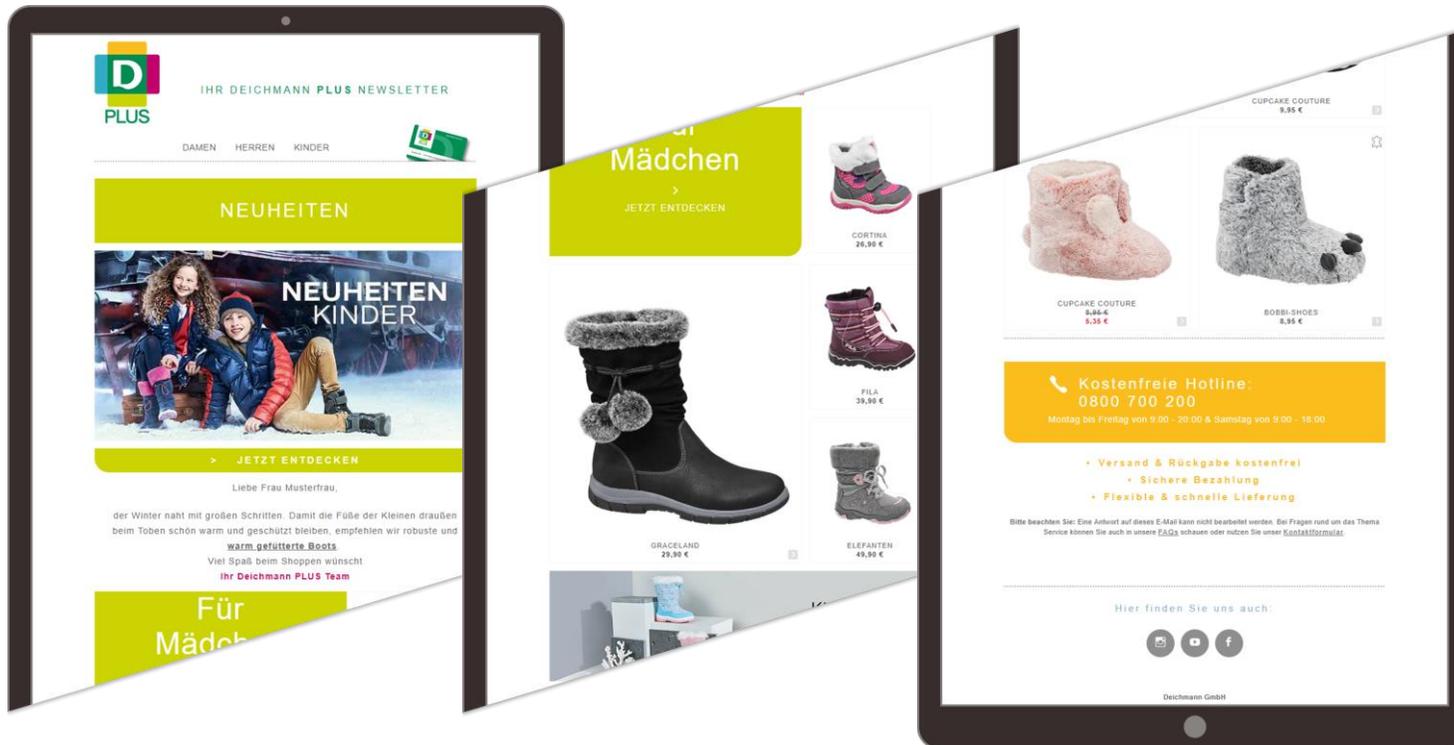


Kaufquoten-Lift

Deichmann PLUS Newsletter Österreich



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



Open Rate



Umsatz-Lift



Click-Through-Rate



Kaufquoten-Lift



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