

# CASE STUDY BMW CS

WIE BMW CS DURCH AUTOMATISIERTE CAR HANDOVER  
ANNIVERSARY MAILS DIE KUNDENBINDUNG STEIGERT UND  
HÖHERE UMSÄTZE GENERIERT



12  
YEARS  
OF MARKETING  
ENGINEERING



# BMW CS CASE STUDY: SUMMARY



**BMW Group Central and Southeastern Europe (BMW CS)** überrascht die Kunden der elf angeschlossenen Märkte ein Jahr nach einem Automobilkauf mit einer Jubiläumsmail (Car Handover Anniversary) und einem Rabattangebot für den BMW ConnectedDrive Service oder den BMW Lifestyle Shop. Das Mailing ist nach dem erworbenen Fahrzeugtyp individualisiert.

Ziel der Kampagne ist u.a. die Stärkung der Kundenbindung im After-Sales sowie die Generierung von zusätzlichen Umsätzen und die Bekanntheitssteigerung von ConnectedDrive.

Die Umsätze im BMW ConnectedDrive Store konnten durch die Car-Handover-Anniversary-Kampagne signifikant gesteigert werden. Die Mailings erreichten Öffnungsraten von über 65 Prozent und Klickraten von über 21 Prozent. Durch den Einsatz der artegic ELAINE® Marketing Automation konnten Workflows stark vereinfacht und Aufwände reduziert werden.

# BMW CS CASE STUDY: AUSGANGSSITUATION



**BMW Group Central and Southeastern Europe (BMW CS)** nutzt für sich und die elf angeschlossenen Märkte ein ELAINE® Multimandanten-System. Um das Auftreten einheitlich zu gestalten und die Märkte bei den Marketingmaßnahmen zu unterstützen, wird ein großer Teil der Dialogmarketing-Kommunikation zentral vorbereitet und dann auf die restlichen Mandanten verteilt.

Folgende Märkte gehören zur CS-Region: Polen, Ungarn, Zypern, Kroatien, Slowenien, Slowakei, Österreich, Griechenland, Bulgarien, Rumänien, Tschechien.

Um Kunden aller Märkte eine besondere Überraschung zukommen zu lassen, sollten diese am Jahrestag ihres Automobilkaufs daran erinnert werden und ein Rabattangebot für BMW ConnectedDrive Services bekommen.

Der Wunsch war zudem, dass die Kommunikation auch über die Anrede hinaus personalisiert sein soll, d. h. das Mailing soll auch an das erworbene Fahrzeug angepasst sein.

BMW CS legte in der Vergangenheit einen sehr starken Fokus auf Pre-Sales-Kommunikation. Die Car-Handover-Anniversary-Kampagne soll dahingegen einen Schritt weiter im Customer Lifecycle ansetzen und den stärkeren Ausbau von Loyalty-Maßnahmen für Bestandskunden vorantreiben.

Wesentliches Ziel der Kampagne ist daher auch die Stärkung der Kundenbindung, um BMW-Kunden langfristig in BMW-Evangelisten zu konvertieren. Weitere Ziele sind die Steigerung der Bekanntheit von ConnectedDrive, die Umsatzsteigerung im BMW ConnectedDrive Store sowie Traffic- und Umsatzsteigerung im BMW Lifestyle Shop.

# BMW CS CASE STUDY: UMSETZUNG

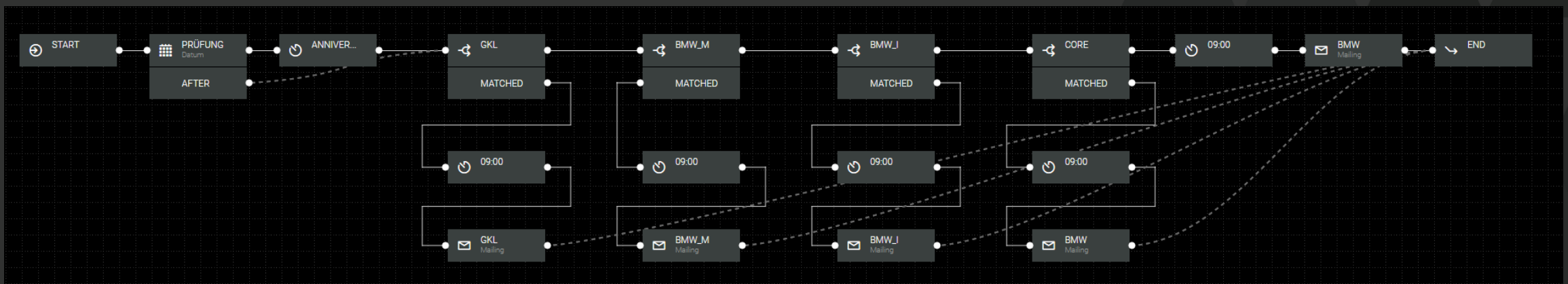


Die Teilnehmer der Kampagne werden aktuell noch manuell über den Import einer CSV Datei in ELAINE® angemeldet. Neben den allgemeinen personenbezogenen Nutzerdaten wie Vorname, Nachname, Geschlecht und E-Mail-Adresse werden auch das Kaufdatum, der Modellcode des erworbenen Fahrzeuges sowie Informationen zu den bereits genutzten BMW ConnectedDrive Services übermittelt. Die Daten stammen aus dem zentralen CRM-System von BMW CS. Geplant ist eine automatische Anmeldung in ELAINE® über eine Schnittstelle zum CRM-System.

Der Import der Empfängerdaten mit den benötigten Datenfeldern sowie die Anmeldung an der zugehörigen Marketing Automation erfolgt einmal im Monat.

In der Marketing Automation laufen die Kunden zunächst in einen „Warten“-State, in dem Sie so lange verbleiben, bis der Jahrestag ihres Kaufdatums (genau 365 Tage nach dem Autokauf) erreicht ist. Abmeldungen werden einmal monatlich durchgeführt.

Anschließend wird geprüft, welches Modell (GKL, BMW M, BMW i oder BMW Core) der Kunde gekauft hat. So kann ELAINE® das zum Modell passende Mailing im Marken-CI auswählen und am Jahrestag des Automobilkaufs an den Kunden senden.



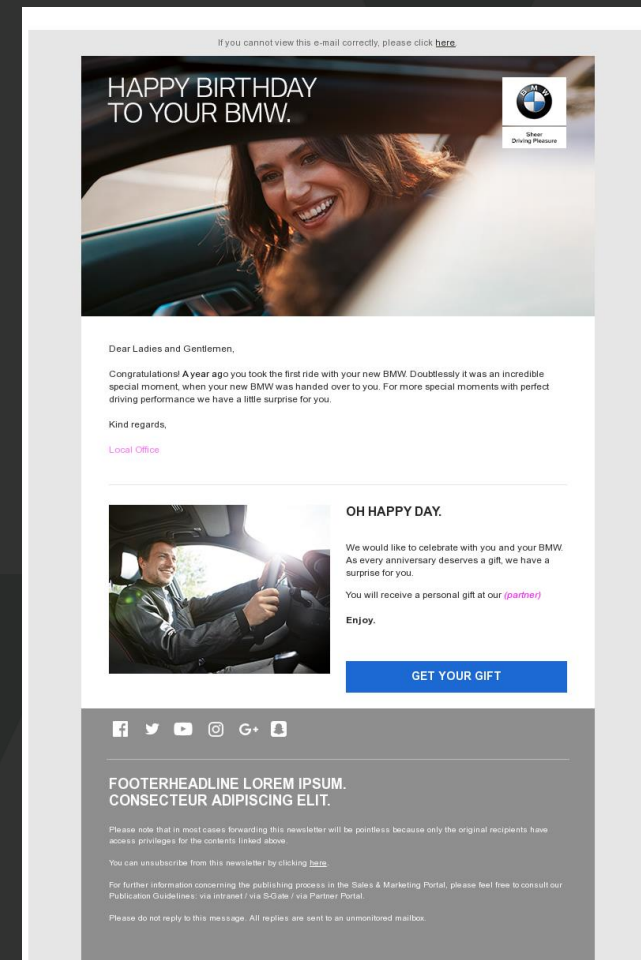
# BMW CS CASE STUDY: UMSETZUNG



Jedes Mailing enthält einen Rabatt-Coupon, der sich nach dem Kundenstatus in BMW ConnectedDrive richtet. Kunden, die noch nicht alle BMW ConnectedDrive Services freigeschaltet haben, erhalten 20 Prozent Rabatt für den BMW ConnectedDrive Store.

Kunden, die bereits alle BMW ConnectedDrive Services freigeschaltet haben, erhalten einen Coupon für den BMW Lifestyle Shop oder einen Partner Rabatt. Die Art des Coupons wird von den Märkten selber festgelegt. Momentan werden die Informationen zum Kundenstatus in BMW ConnectedDrive nur zu Beginn der Kampagne übermittelt.

Der Versand des Mailings erfolgt immer um 9 Uhr. Ist das Mailing an den Kunden versandt worden, ist die Kampagne beendet.



# BMW CS CASE STUDY: ERGEBNISSE



## Reduzierte Aufwände

durch starke Vereinfachung von Workflows  
durch Marketing Automation

## Über 65%

Öffnungsrate in manchen Märkten

## Über 21%

Klickrate der versendeten Mailings

## Signifikante Steigerung

der Umsätze im BMW ConnectedDrive Store



# BMW CS CASE STUDY: UND DAS SAGT DER KUNDE



„Die BMW Car Handover Anniversary E-Mail ist ein gutes Beispiel für eine einfach umzusetzende aber trotzdem hoch effektive Kampagne zur Stärkung der Kundenbindung und Erhöhung der Unternehmensumsätze.“

**BARBARA ISTENIC, CUSTOMER EXPERIENCE SPECIALIST, BMW CS**

#### TEAM

>80

Mitarbeiter

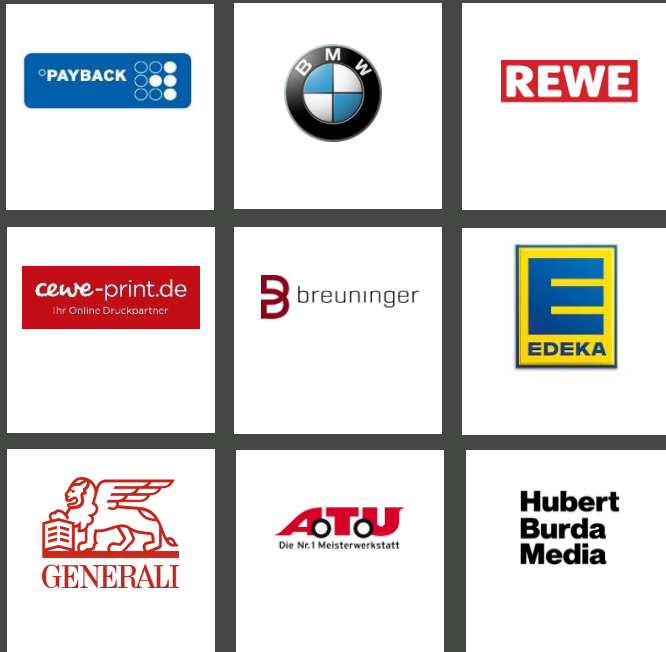
#### SUPPLYING THE BEST

1/3

aller DAX Unternehmen setzen auf Lösungen von artegic

#### WIR SIND MARKETING ENGINEERS.

- Wir befähigen ambitionierte Marketing Teams, jeden Tag **bessere Ergebnisse** zu erreichen.
- **12 Jahre Erfahrung im Marketing Engineering:** Beratung, Technologie, IT-Integration und -Betrieb für Automatisierung.
- Für **signifikant bessere Ergebnisse, nachhaltige Kundenbeziehungen und effizienteren Mitteleinsatz.**



12

YEARS  
OF MARKETING  
ENGINEERING

#### MESSAGES

2,7 Mrd.

E-Mails, Mobile- und Social Media Messages weltweit monatlich über artegic Technologie. Damit werden u.a. über **82%** der deutschen Internet-Nutzer erreicht.





# ELAINE® REALTIME MARKETING AUTOMATION

TOTAL COST OF OWNERSHIP

**76%**

niedrigere Total Cost of Ownership im Vergleich zu den Big 5 Lösungen.

BEST EUROPEAN SOLUTION

**#1**

ELAINE ist die beste europäische Marketing Suite für kunden-zentriertes Marketing.

(iBusiness 2016)

ELAINE®

CUSTOMER

**412%**

höherer ROI durch intelligente Marketing Automation.

„ELAINE verbindet eine überzeugende Usability mit innovativen, ausgereiften Funktionen und der für unseren Einsatzzweck nötigen Performance.“

(Andreas Hinrichs, Web.de)



TIME TO MARKET

**62%**

schnellere Success Time-to-Market als der Enterprise Branchendurchschnitt.

**artegic AG Bonn (Headquarters)**

Zanderstraße 7

53177 Bonn

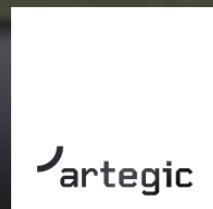
Tel.: +49 (0)228 22 77 97-0

**artegic AG Office München**

Design Offices München

Riesstraße 16

80992 München



12

YEARS  
OF MARKETING  
ENGINEERING