



Email Award Einreichung: Bonprix Trigger – Fast ausverkauft

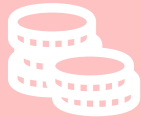
Katharina Claußen, David Hageboeke
16.03.2020 | Hamburg

bonprix –it's me

Das Unternehmen



Gegründet 1986 als
Tochterunternehmen
der Otto Group



Eines der
umsatzstärksten
Unternehmen der
Otto Group



Internationales
Modeunternehmen
mit Hauptsitz in
Hamburg



Vertreten in 30
Ländern in Europa,
Russland und in Nord-
und Südamerika



3.900 Mitarbeiter
weltweit
davon im Kernmarkt
Deutschland ca. 1.200



Fünf eigene Marken
und jeden Monat eine
neue Kollektion



Der „Fast ausverkauft“ Trigger

Die Herausforderung

Herausforderung

Was hat uns motiviert, diesen Trigger zu entwickeln?

Der Kunde erhält bereits täglich eine Vielzahl von E-Mails.
Wie schaffen wir es, aus der Masse herauszutreten?



Die Lösung

Lösung

Relevanz und Verknappung

Erstellung einer für den Kunden hochrelevanten E-Mail durch die folgenden Inhalte:

Artikelansicht

Kunden werden durch den „Fast ausverkauft“ Trigger auf ihre Lieblingsartikel aufmerksam gemacht

Verknappung

Das vorhergegangene Interesse des Kunden am Artikel sowie die begrenzte Verfügbarkeit schaffen einen zusätzlichen Kaufanreiz

Relevanz

Hohe Relevanz, da der Kunde den Artikel zuvor schon gesehen und ggf. auch in seinen Warenkorb gelegt hat

Empfehlungen

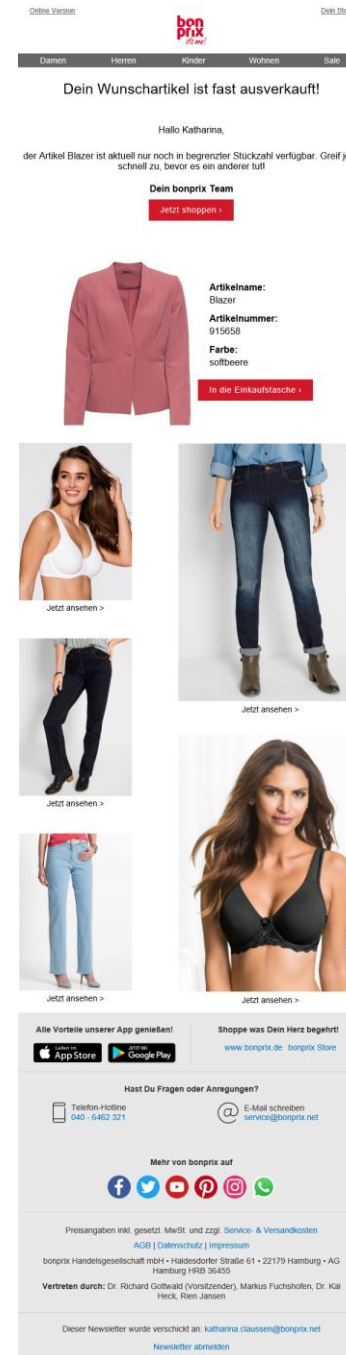
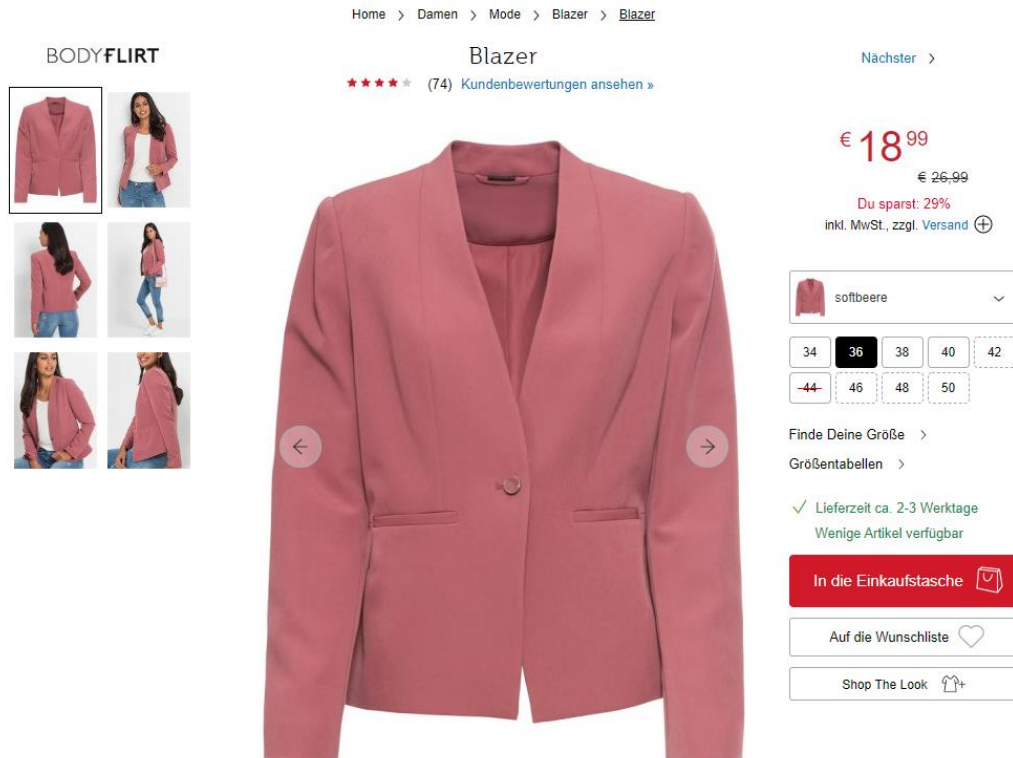
Empfehlungslogik bietet dem Kunden zu seinem Wunschartikel passende Artikel, sollte dieser bei E-Mail Erhalt schon ausverkauft sein

Wir schaffen mit dem „Fast ausverkauft“ Trigger einen weiteren, sinnvollen Touchpoint im Customer Lifecycle

Der Trigger

Aufbau der Mail

Shop und Mail Ansicht



Text beinhaltet den „Fast ausverkauft“ Artikel sowie inhaltlich die Verknappung

Darstellung des „Fast ausverkauft“ Artikels

Individuelle Empfehlungen für den Kunden

Datenselektion

Welcher Kunde erhält die E-Mail?



Bestand



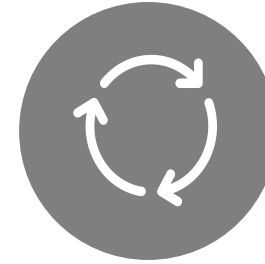
Kundenklicks



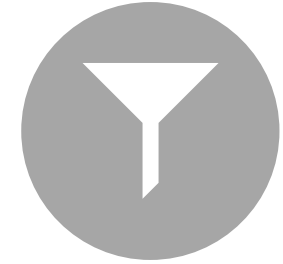
Kundenkäufe



Verfügbarkeit



Versandsperrre







Basiskriterien

Versand erfolgt stündlich

Ergebnisse

Wie erfolgreich ist der Trigger?

 Open rate (unique)	ca. 26%
 Clicks (unique)	ca. 4,5%
 AOV	ca. 90 €
 Average Pieces	ca. 4 St.







Sehr gute Open- und Clickrates zeigen bereits die hohe Relevanz für den Kunden



Kunden nutzen den Trigger auch als generellen Einsprung in den Shop und kaufen neben dem „Fast ausverkauft“ Artikel auch noch weitere

Ergebnisse

Vergleich mit anderen Triggern

	Fast ausverkauft	andere Trigger
 Open rate (unique)	ca. 26%	15-20%
 Clicks (unique)	ca. 4,5%	1-3%
 AOV	ca. 90 €	50-70 €
 Average Pieces	ca. 4 St.	2-3 St.



Sehr gute Open- und Clickrates sowie Kaufzahlen, die deutlich über den Durchschnittswerten anderer Triggerkampagnen liegen, zeigen die hohe Relevanz für den Kunden

Optimierungsmöglichkeit

01

Fast ausverkauft Gesamtverteiler

02

Fast ausverkauft
Warenkorb

03

Fast ausverkauft
Preisreduzierung

04

Fast ausverkauft
Wunschliste



**bon
prix**
it's me!

**Danke für eure
Aufmerksamkeit.**