

A decorative graphic in the top right corner consisting of a cluster of yellow dots of varying sizes, arranged in a roughly triangular shape pointing towards the top right.

heine

A light green, textured brushstroke graphic on the left side of the slide, extending from the bottom towards the top.

**Relevanzsteigerung im E-Mail Marketing durch das
Ausspielen kundenindividueller Inhalte (Bedarfsweckung
und -deckung) mittels künstlicher Intelligenz**

Relevanzsteigerung führt zu CTR und CR Uplift

- Ablösen der manuellen Newsletterbestückung nach Kundensegmenten durch automatisierte, abonentenindividuelle Newsletterbestückung mittels künstlicher Intelligenz.
- KI nutzt das userspezifische Onsite Verhalten sowie umfassende CRM Daten um die für die Kundin zum Versandzeitpunkt relevantesten Inhalte im Newsletter zu platzieren.
- Ergänzt werden diese eher bedarfsdeckenden Inhalte zusätzlich mit inspirativem, bedarfsweckendem Content. Durch die Nutzung der KI des Dienstleisters Bllush wird der heine Product-Feed mit veröffentlichten Bildern der Zielgruppe im Social Media Umfeld abgeglichen und Trends nahezu in Echtzeit erkannt.
- **-> zur Mail**



Mitwirkende



heine

- Digitale Modemarke in DACH und NL
- Weiblich, Zielgruppe: 45-60 Jahre
- Newsletter Empfängerstamm in DE: 614.000
- Umsatzanteil E-Mail am Gesamtumsatz?



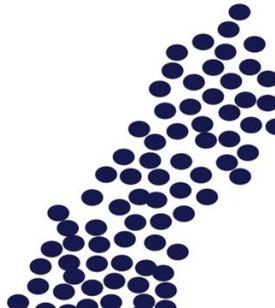
epm

- 1994 in Schweden gegründet
- bietet Cloud-Lösung für Web-Content-Management, digitalen Handel und Marketing Automation an
- Leader im Gartner Magic Quadrant



blush

- Gegründet 2016 in Tel Aviv
- Entwicklung von KI Lösungen für Online Retailer um qualitativ hochwertigen User Generated Content zur Verfügung zu stellen

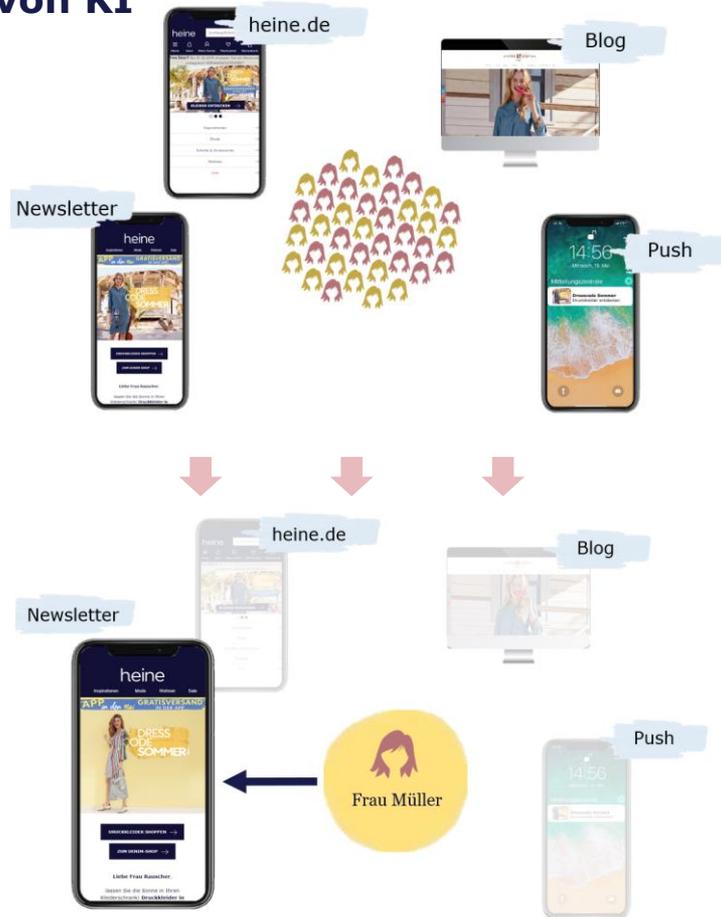


Personalisierter Inhalt im Newsletter durch Einsatz von KI

- Auspielung von relevanten **Inhalten** im Newsletter auf Basis des **On-Site-Verhaltens** und der **CRM** des **einzelnen Nutzer**

Ablauf:

- Integration des **Onsite-Trackings** von reach via GTM
- Devices übergreifendes **Trackings** des **On-Site-Verhaltes** der Nutzer
- Einbau der **Widgets** in die heine-Newsletter
- Empfänger erhält Artikel anhand seiner **aufgelaufenen Daten** angezeigt
- Dadurch wird jeder Newsletter **„einzigartig“** und auf die des Nutzers **relevanten Inhalte (Artikel)** zugeschnitten



Passenden UGC durch den Einsatz von Künstliche Intelligenz

- Abgleich des heine Product-Feed mit Posts von Micro-Influencern der Zielgruppe (35+, weiblich).
- **Use-Case A:** Bei positivem Match von inspirierenden Bildern für den Einsatz im E-Mail Marketing oder Onsite zur Verfügung.
- **Use-Case B:** Bllush identifiziert innerhalb der Zielgruppe einen Mode Trend (bspw. häufige Posts mit Culottes) und identifiziert passende Produkte im Feed. Der Trend, mit kurzem Einleitungstext und den passenden Produkten, steht für die Vermarktung in Newslettern und Onsite zur Verfügung.



bllush



heine - Zielgruppe

- weiblich
- 45 – 60 Jahre
- selbstbewusst
- Schätzt Beratung



Ziel der Kampagne

- Steigerung der Relevanz sämtlicher Newsletterinhalte
- individuelle Ansprache für jede Newsletterabonnentin

Bedarfsweckung durch Blush

Blush identifiziert Modetrends und präsentiert Inspirationen und Outfit-Vorschläge für die Kundin

Weitere Trends



Sweater Weather →



The Perfect Winter Set →



STRICKKLEIDER SHOPPEN →



Eingehüllt in Strick

Diese Saison tauschen wir unsere Lieblingspullover gegen die schönsten Strickkleider ein! Egal ob Rollkragen, Midi-Länge, Grobstick oder feine Maschen - unter den unzähligen Alternativen findet jede ihren Favoriten.



Produkte zu diesem Trend



Bedarfsdeckung durch Episerver Reach

Platzhalter, die automatisiert und abonenntenindividuell mittels künstlicher Intelligenz befüllt werden

Produkte zu diesem Trend



Strickkleid sch...
69,99 €



Strickkleid mit...
~~79,99 €~~ 42,99 €



Rundhalspullove...
19,99 €



Strickkleid im ...
59,99 €



Longstrickjacke...
59,99 €



Kurzmantel mit
99,99 €

Noch mehr Schönes.



Eingehüllt in Strick



Produkte zu diesem Trend



Strickkleid im ...
69,99 €



Strickkleid mit...
79,99 €

STRICKLEIDER SHOPPEN →



KI im E-Mail Marketing

A/B Tests belegen die Überlegenheit der datenbasierten Bestückung

- Durch die Bewerbung userindividueller Inhalte, sowohl bedarfsdeckende als auch –weckende, steigt die **Click-Through-Rate** im Durchschnitt um einen Prozentpunkt.
- Die Verteilung der Klicks innerhalb der Newsletter verändert sich erheblich mit der Bewerbung von inspirativem Content.
- Die **Conversion-Rate** der KI bestückten Mailings verbessert sich durchschnittlich um +1,4 Prozentpunkte gegenüber den manuell erstellten E-Mails.
- Der **BBW pro Mail** steigt dadurch um zehn Cent.