



GLOBAL SHOP DIRECT STEIGERT DEN CROSS- SELL UMSATZ UM 20%

MIT AUTOMATION ZU BESSERER
CUSTOMER EXPERIENCE

DIE ERFOLGSGESCHICHTE VON GLOBAL SHOP DIRECT AUF EINEN BLICK

Global Shop Direct suchte nach einer schnelleren und präziseren Möglichkeit, Kunden anzusprechen und mithilfe personalisierter E-Mails die Interaktion zu steigern.

Global Shop Direct setzt vorwiegend auf Direct-Response Marketing, weshalb Kundenbeziehungen und das jeweilige Kundenengagement für das Unternehmen von zentraler Bedeutung sind. Zusätzlich zum Verkauf über mehrere bekannte Einzelhändler in Australien, kommuniziert Global Shop Direct mit seiner Zielgruppe über das Fernsehen und bietet den Verbrauchern so die Möglichkeit, Fitness-, Outdoor- und Haushaltsartikel von Zuhause aus kaufen zu können. Aufbauend auf dem Erfolg seiner Call-Center- und TV-Promotionen war Omnichannel für Global Shop Direct der nächste logische Schritt.

E-Mail, insbesondere auf den individuellen Kunden zugeschnitten, ist nach wie vor einer der wirkungsvollsten Kanäle, um mit Kunden in Kontakt zu treten. Global Shop Direct wollte den Kanal optimal nutzen und seinen ROI steigern. Deshalb konzentrierte sich das Unternehmen auf die Steigerung des durchschnittlichen Bestellwerts pro Kunde, sowie auf das Up-Selling und Cross-Selling passender Artikel.

Das Problem bestand jedoch in der fehlenden Möglichkeit, Interaktionen zu personalisieren - es sei denn, die Personalisierung erfolgte manuell. Um die eigenen Marketingziele zu erreichen, musste Global Shop Direct seinen E-Mail Kanal von Grund auf verändern. Der erste Schritt dahin bestand in der Suche nach einem Partner mit der richtigen Plattform, den richtigen Tools und dem richtigen Fachwissen, um die nötige Unterstützung zu liefern.

**3,5 Millionen
gesendete E-Mails**

pro Monat

**+ 95% Umsatz durch
E-Mails**

im ersten Jahr nach der Implementierung

„Die Bedürfnisse unserer Kunden haben sich verändert, ebenso wie ihre bevorzugten Kommunikationskanäle. Deshalb war für uns klar, dass wir unsere Interaktionsstrategie weiterentwickeln mussten. Emarsys hat uns ermöglicht, den Customer Lifetime Value zu steigern, indem wir die Kundenbindung durch verbesserte Interaktionen stärken.“

– Jamie Dow, Managing Director, Global Shop Direct



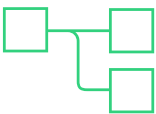
DIE HERAUSFORDERUNG

Wie für viele andere Unternehmen, stellte die Personalisierung auch für Global Shop Direct eine Herausforderung dar. Im Laufe seines 15-jährigen Bestehens hatte das Unternehmen sein Produktportfolio ständig erweitert, fand es aber schwierig, seinen Kunden die richtigen Produkte zu empfehlen. Um effizientes Cross-Selling zu ermöglichen, musste Global Shop Direct eine Technologie finden, die die Customer Journey optimiert und gleichzeitig Produkte vorhersagt und empfiehlt, die für die Kunden interessant sein könnten.



WUNSCHLISTE AN DIE PLATTFORM

Die Segmentierung wurde ursprünglich manuell durchgeführt, was für das Marketingteam von Global Shop Direct zu zeitaufwändig war. Das Team wünschte sich eine datengesteuerte Plattform, die es Global Shop Direct ermöglichen würde, Kunden ein möglichst ansprechendes Einkaufserlebnis zu bieten.



AUTOMATION ZUR UNTERSTÜTZUNG DER PROZESSE

Global Shop Direct hatte keine Möglichkeit, seine Prozesse zu automatisieren. Deshalb musste das Marketingteam jede Kampagne von Hand segmentieren, erstellen und versenden – ein äußerst mühsamer und langwieriger Prozess.



HILFE BEI DER PERSONALISIERUNG

Um seinen Kunden das Gefühl zu geben, dass sie als Individuen und nicht als Teil einer Masse wahrgenommen werden, wollte Global Shop Direct nicht nur E-Mail Kampagnen personalisieren, sondern auch mit Produktempfehlungen arbeiten, die auf Daten anstelle von subjektiven Annahmen basieren.

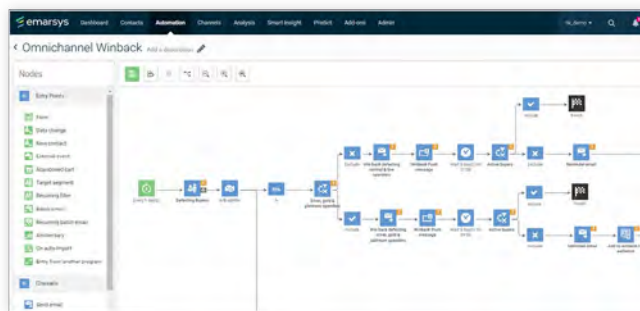
DIE LÖSUNG

Die von Global Shop Direct gesuchte Plattform mit integrierter Automation und Personalisierung fand das Unternehmen schließlich durch seine Partnerschaft mit Emarsys. Damit erfolgt jetzt die gesamte Datenerfassung und -analyse auf der AI-gestützten Plattform, wobei die verschiedenen Kontaktpunkte jeder Person während der gesamten Customer Journey auf allen Kanälen zentral erfasst werden. Dies entlastet das Marketingteam, das sich nun verstärkt der Strategie widmen kann – einer Aufgabe, auf die sich ein Marketer nur schwer konzentrieren kann, wenn die Personalisierung manuell durchgeführt werden muss.



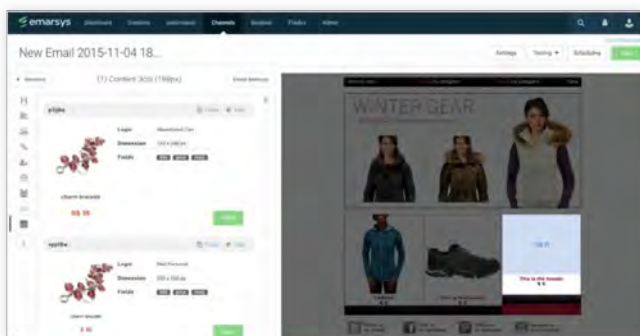
ZENTRALE INTEGRIERTE PLATTFORM

Die Emarsys Marketing Plattform verfügt über alle Personalisierungs- und Omnichannel-Fähigkeiten, die Global Shop Direct benötigte - von der intuitiven Benutzeroberfläche, über ein benutzerfreundliches Dashboard bis hin zu verschiedenen Tools wie Smart Insight, Automation Center und Produktempfehlungen. Die einfache Tracking- und Reporting-Funktion lieferte einen umfassenden Überblick über die Geschäftstätigkeit des Unternehmens. Besonders vorteilhaft war für Global Shop Direct, dass die Plattform das am dringendsten benötigte Feature bot: Eine Möglichkeit, den ROI sichtbar und zeitnah darzustellen und messbar zu verbessern.



SCHNELLERES UND PRÄZISERES KAMPAGNENMANAGEMENT DURCH AUTOMATION

Das Gegenstück zur vereinfachten Segmentierung ist die automatisierte Kampagne. Wenn beide - wie auf der Emarsys Plattform - zusammenarbeiten, wird die Implementierung von Kampagnen nicht nur einfacher und agiler, sondern das Marketingteam kann sich auch auf die Bereiche konzentrieren, bei denen der Mensch immer noch besser ist als die Maschine: Strategie und kreativer Content.



PERSONALISIERUNG MIT PREDICTIVE ANALYTICS

Die in die E-Mail Vorlagen von Emarsys integrierte Personalisierung machte sich sofort bezahlt: Die Einnahmen durch den Newsletter von Global Shop Direct stiegen. Zusätzlich zum Newsletter entdeckte das Unternehmen auch die Wirkung von personalisierten Produktempfehlungen. Damit hat Global Shop Direct jetzt die Möglichkeit, Entscheidungen in Echtzeit zu treffen, die nicht auf Vermutungen oder Annahmen beruhen, sondern auf realen Kundendaten.



„Der größte Vorteil besteht darin, dass wir jetzt eine zentrale Plattform für alle Kommunikationsformen haben. Außerdem können wir dieselbe Plattform zur Umsatzsteigerung entlang unserer gesamten Marketingstrategie verwenden – einschließlich der Akquise, der Konversionsoptimierung und der Kundenbindung.“

– Maïna Cissé, Marketing Manager, Global Shop Direct



DIE ERGEBNISSE

Ein Großteil der zeitraubenden Datenbearbeitung, sowie der manuellen Segmentierung und Analytik wurde von nun an von der integrierten Plattform von Emarsys und den vorhandenen Tools übernommen. Somit konnte Global Shop Direct die E-Mail Performance durch den Einsatz von Automation und prädiktiver Analytik steigern und hochgradig personalisierte Kundeninteraktionen bereitstellen.

VORTEILE DER PLATTFORM

Mit der Emarsys Plattform erhielt Global Shop Direct ein benutzerfreundliches Dashboard und neue Tools, über die das Unternehmen die Interaktion mit seinen Kunden maßgeblich verbessern konnte. Während der gesamten Implementierungsphase war der Kundensupport von Emarsys für Global Shop Direct rund um die Uhr verfügbar.

INTERAKTIONEN DURCH AUTOMATION

Innerhalb von vier Wochen nach Unterzeichnung des Vertrags mit Emarsys, startete Global Shop Direct seine erste Reaktivierungskampagne. Diese Kampagne steigerte die Interaktionen erheblich und brachte dem Unternehmen neue Einnahmen. Zusätzlich zur eingesetzten Automation, nutzte Global Shop Direct auch Emarsys Predict, um jedem Kunden passende Artikel zu empfehlen.

PERSONALISIERTE KOMMUNIKATION

Mit den Vorlagen von Emarsys war es nun viel einfacher, E-Mails individuell anzupassen. Als Folge davon stiegen die Öffnungsraten um fast 10%, die Bounce-Rates blieben auf dem niedrigen Wert von 0,5% und die Konversionsraten kletterten auf 3,5%, was um 0,75% Prozent höher ist, als bei den besten Performern in diesem Bereich.

+ 20%

Umsatzsteigerung durch automatisierte Produktempfehlungen

Bis zu 3x

Umsatzsteigerung durch den personalisierten Newsletter

+ 9,7%

Steigerung der Öffnungsraten

GLOBAL SHOP DIRECT 

Global Shop Direct ist ein australisches Unternehmen in Privatbesitz und verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in den Bereichen Direct Response TV (DRTV) und Einzelhandel in den Kategorien Home Fitness, Gesundheit, Outdoor, Well Being und Haushalt. Als einer der Marktführer im australischen DRTV-Marketing, bewirbt Global Shop Direct eine breite Palette von Produkten, die direkt an Verbraucher und über führende australische Einzelhändler vertrieben werden. Durch die Einführung einer Multi-Channel Marketingstrategie, konnte Global Shop Direct sowohl traditionelle Kanäle erfolgreich nutzen, als auch neue Online-Vertriebsmöglichkeiten erkunden und optimieren. Global Shop Direct ist für führende globale DRTV-Anbieter der „Australian Distributor of Choice“. Weitere Informationen finden Sie auf globalshop.com.au.

 **emarsys**

Emarsys ist das größte unabhängige Marketing Plattform Unternehmen der Welt. Unsere Software ermöglicht über sämtliche Kanäle hinweg personalisierte One-to-One Interaktionen zwischen Marketern und Kunden. Das schafft Loyalität, bereichert die Customer Journey und steigert die Umsätze. Auf dieser Basis können Unternehmen ihre Marketingentscheidungen und -aktivitäten unabhängig von menschlichen Fähigkeiten gestalten.

Seit dem Jahr 2000 hat Emarsys über 1.500 Unternehmen in mehr als 140 Ländern dabei unterstützt, mit 3 Milliarden Kunden auf der ganzen Welt in Verbindung zu treten. Tag für Tag sorgen wir für über 350 Millionen personalisierte Interaktionen über die Kanäle E-Mail, Mobile, Social Media und Web. Das Ergebnis sind täglich Millionen von Käufen über unsere Software. Mehr dazu erfahren Sie unter emarsys.com.