

Verhaltensbasiertes E-Mail Marketing.

Andreas Altenburg, CEO KRYD GmbH

www.kryd.com

Fokus: Neukunden.
Oder doch nicht?

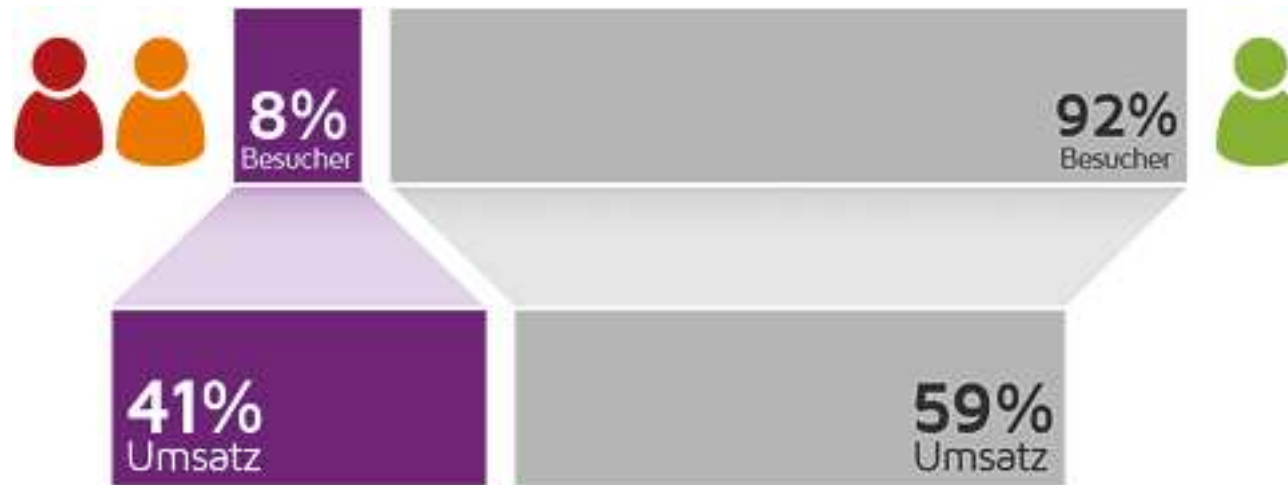
Stammkunden haben eine deutlich besser Konversionsrate

Ein Stammkunde macht soviel Umsatz wie neun Neukunden.



➤ Ein Großteil des Umsatzes wird mit Stammkunden gemacht

Erstkäufer generieren nur verhältnismäßig wenig Umsatz. Ein großer Teil kommt von den wiederkehrenden Kunden.



➤ Kundenbindung ist wichtig

Das funktioniert. Es ist aber nicht die Lösung

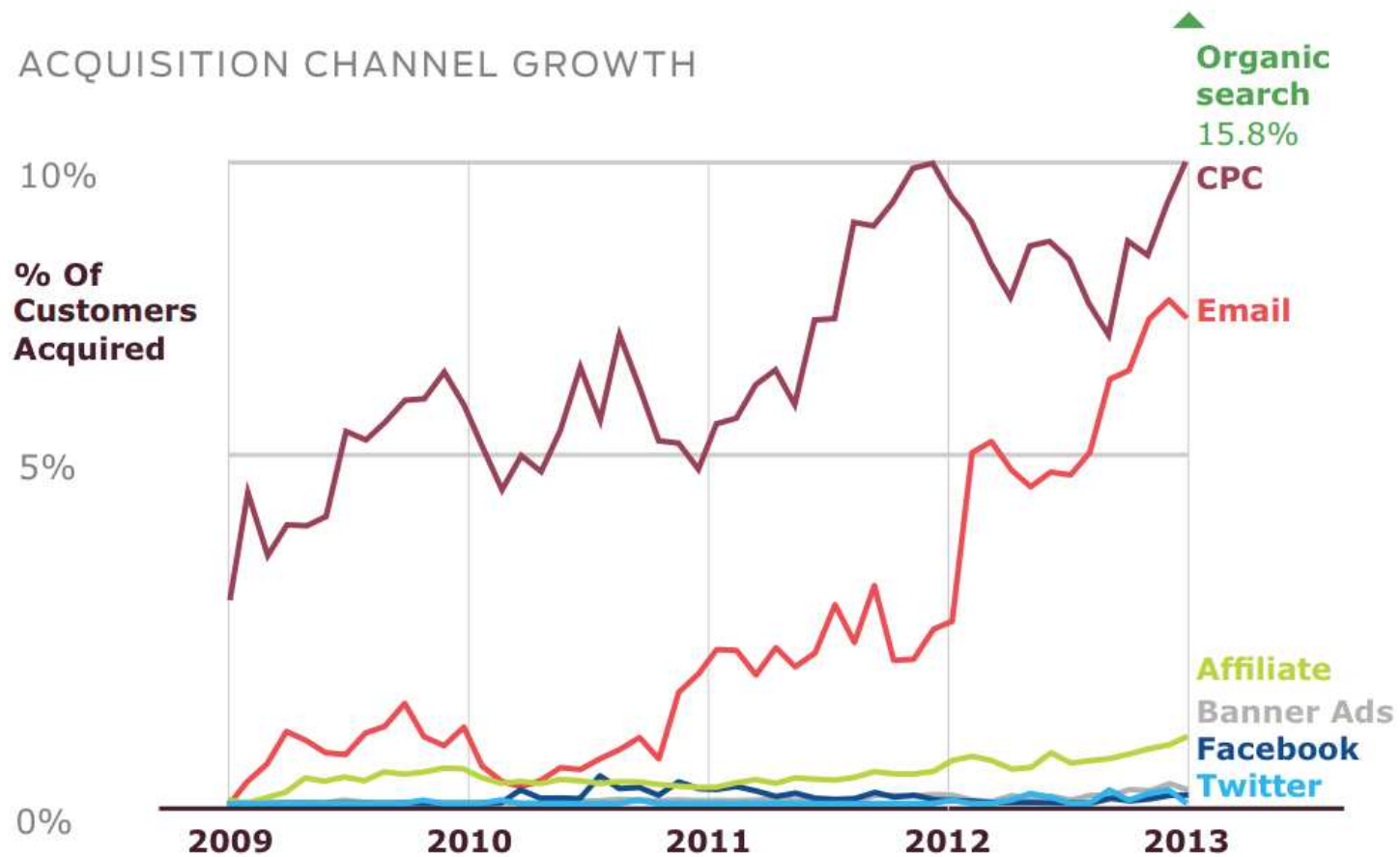


› Es ist wie in einer Ehe ...

- Handel ist ein Kundenzufriedenstellungs-Prozess
- Der Verkauf markiert lediglich die Hochzeit.
- Ob und wie gut die Ehe funktioniert, hängt davon ab, wie gut man die Beziehung pflegt.

E-Mail-Marketing.
Ein antiker Weg?

➤ Eine relativ antike Technik ist extrem wichtig



Quelle: Email Is Crushing Twitter, Facebook for Selling Stuff Online

Das Problem:

Die Praxis des E-Mail Marketings
ist 10 Jahre hinter ihrer Vision

Sicht der Kunden

Fast die Hälfte der Deutschen will keine Unternehmensinformationen erhalten.

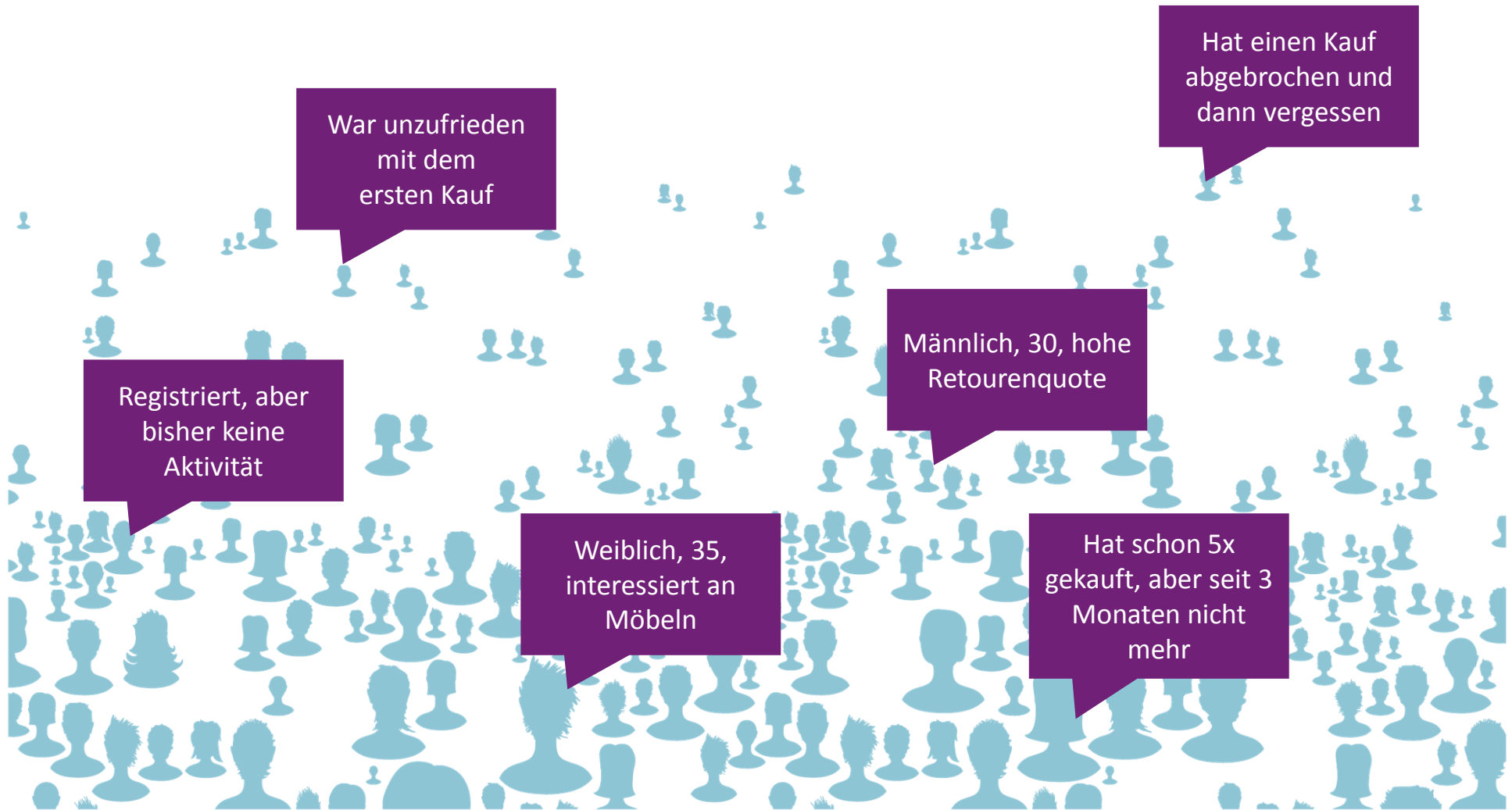
Gar 58 Prozent fühlen sich von der Menge an Informationen erschlagen.

Sicht des Anbieters

Nur **17%** passen Inhalte und Angebote gezielt für einzelne Kunden an.

Lediglich **rund 25%** nutzt das Verhalten der Kunden, um eigene Inhalte zu entwickeln.

62% kennen den Begriff „Behavioral Marketing“ nicht.



➤ Newsletter: Ein Inhalt. Viele Empfänger



➤ Resultat

3%

relevant

97%

irrelevant

➤ Mögliche Abhilfe: Segmente.
Nach Profil, Präferenzen ...



➤ Segmentierung nach ...

→ Alter

→ Geschlecht

→ Wohnort

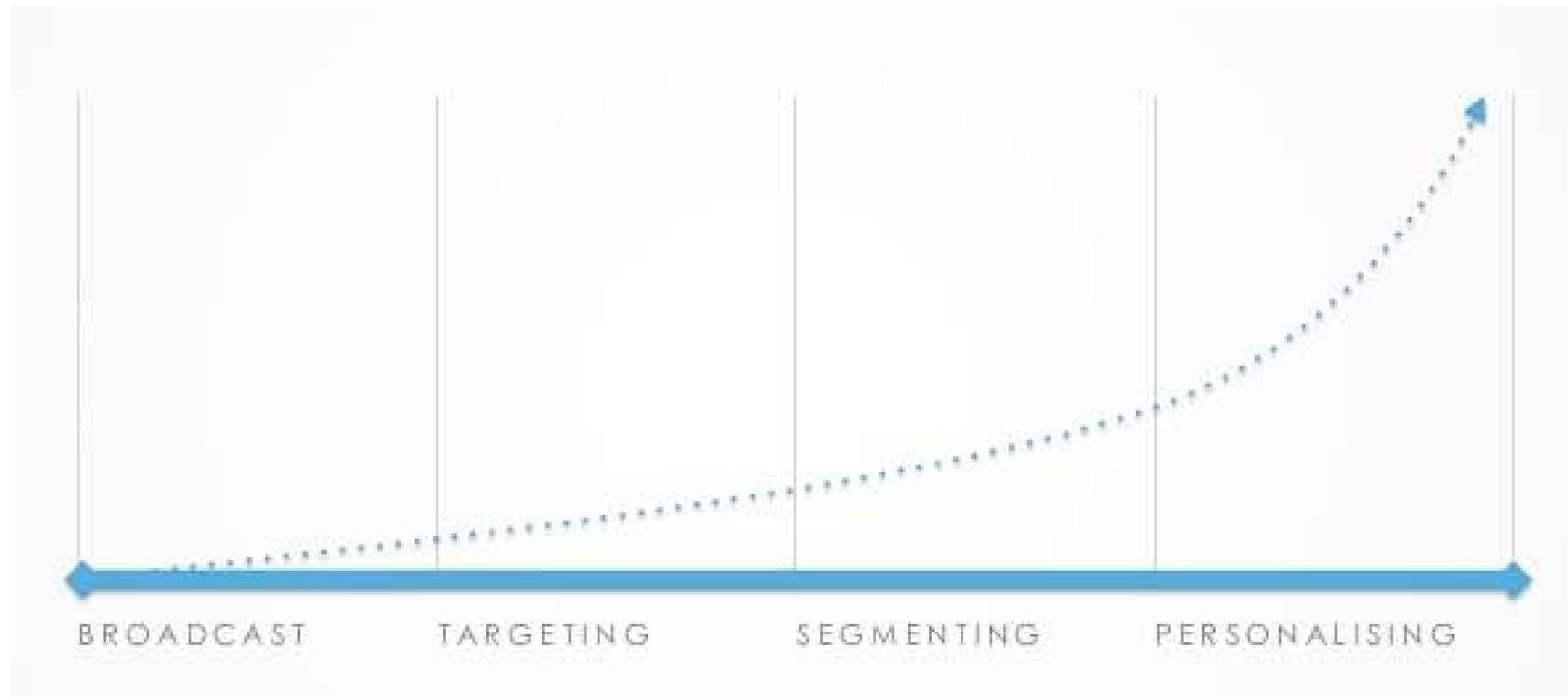
→ Produkt-Präferenzen

→ Loyalität

→ Kaufhistorie

→ ...

➤ Entwicklung



➤ Stop „Spray & Pray“



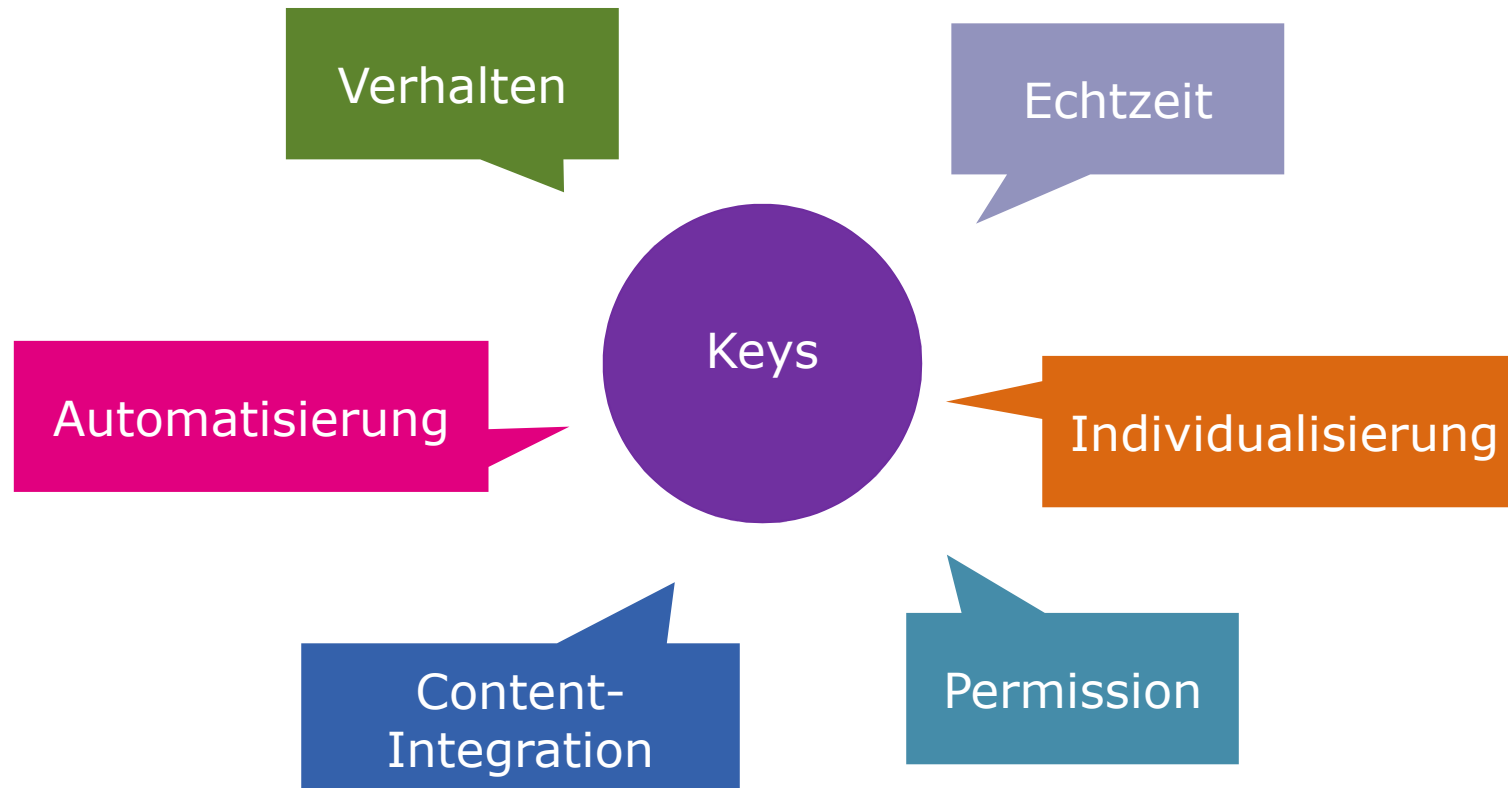
Start „Injection“

➤ Vision: Segment von 1 Person



Die Lösung:
Verhaltensbasierte E-Mails

➤ Schlüssel-Faktoren



Welches Verhalten?

- Geöffnete/nicht geöffnete Mail
- Klick auf einen Link
- Registrierung
- Suche
- Formular-Versand
- Kauf/Kaufabbruch
- Download
- Video
- ...

➤ Datenquellen für Trigger



CRM



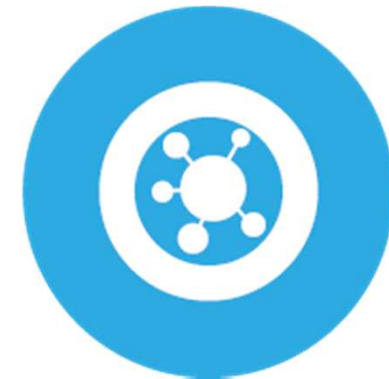
E-Mail



Stationär



Website



Soziales Netzwerk

➤ Personalisierte E-Mails. Mehr Umsatz

Die Herausforderung ist, die Kunden

- automatisch
- je nach ihrem Verhalten
- zur richtigen Zeit
- mit dem richtigen Angebot

also ganz persönlich zu adressieren.

➤ So zum Beispiel ...



**Sagen Sie uns
Ihre Meinung!**



Liebe airberlin Kundin, lieber airberlin Kunde,

wir freuen uns, dass Sie mit airberlin geflogen sind!

Sie persönlich entscheiden, ob Sie einen Service zu Ihrer vollsten Zufriedenheit erleben oder ob wir uns an bestimmten Stellen für Sie noch verbessern müssen.

Wir möchten deshalb gerne Ihre individuelle Meinung zu verschiedenen Stationen bei Ihrem Flug **von DUS nach MUC am 03/09/2013** mit airberlin erfahren. Sie haben in folgender Umfrage (ca. 12 Minuten) die Gelegenheit uns Ihre Erfahrungen zu schildern und uns auch Ihre Kritik zukommen zu lassen. Als Dank für Ihre Meinung und Ihre Teilnahme können Sie an der Verlosung von Flügen für Sie und eine Begleitperson nach New York, Chicago oder einem innerdeutschen Ziel Ihrer Wahl teilnehmen.

Wenn Sie persönlich zur Serviceverbesserung beitragen und an der Umfrage teilnehmen möchten, können Sie hier direkt mit der Umfrage starten:

[Umfrage starten](#)

... aber wohl ohne hohe Conversion



Herzlich Willkommen zurück!

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, uns Ihre Erfahrungen zu Ihrem airberlin-Flug vor wenigen Tagen am 07/07/2013 zu schildern. (Sollten Hin- und Rückflug an einem Tag stattgefunden haben, beziehen Sie Ihre Antworten bitte auf den Rückflug am 07/07/2013)

Es geht nun zunächst los mit ein paar allgemeinen Fragen zu diesem Flug und Ihrem Flugverhalten:

Mussten Sie bei Ihrem Flug am 07/07/2013 umsteigen?

- Ja
- Nein

Aus welchem Anlass fliegen Sie?

- Privat
- Geschäftlich

Haben Sie diesen Flug selbst gebucht?

- Ja
- Nein

Weiter

Ideen

Willkommens-Strecken

Willkommenstrecken

Bestätigung



Serie



Sofort

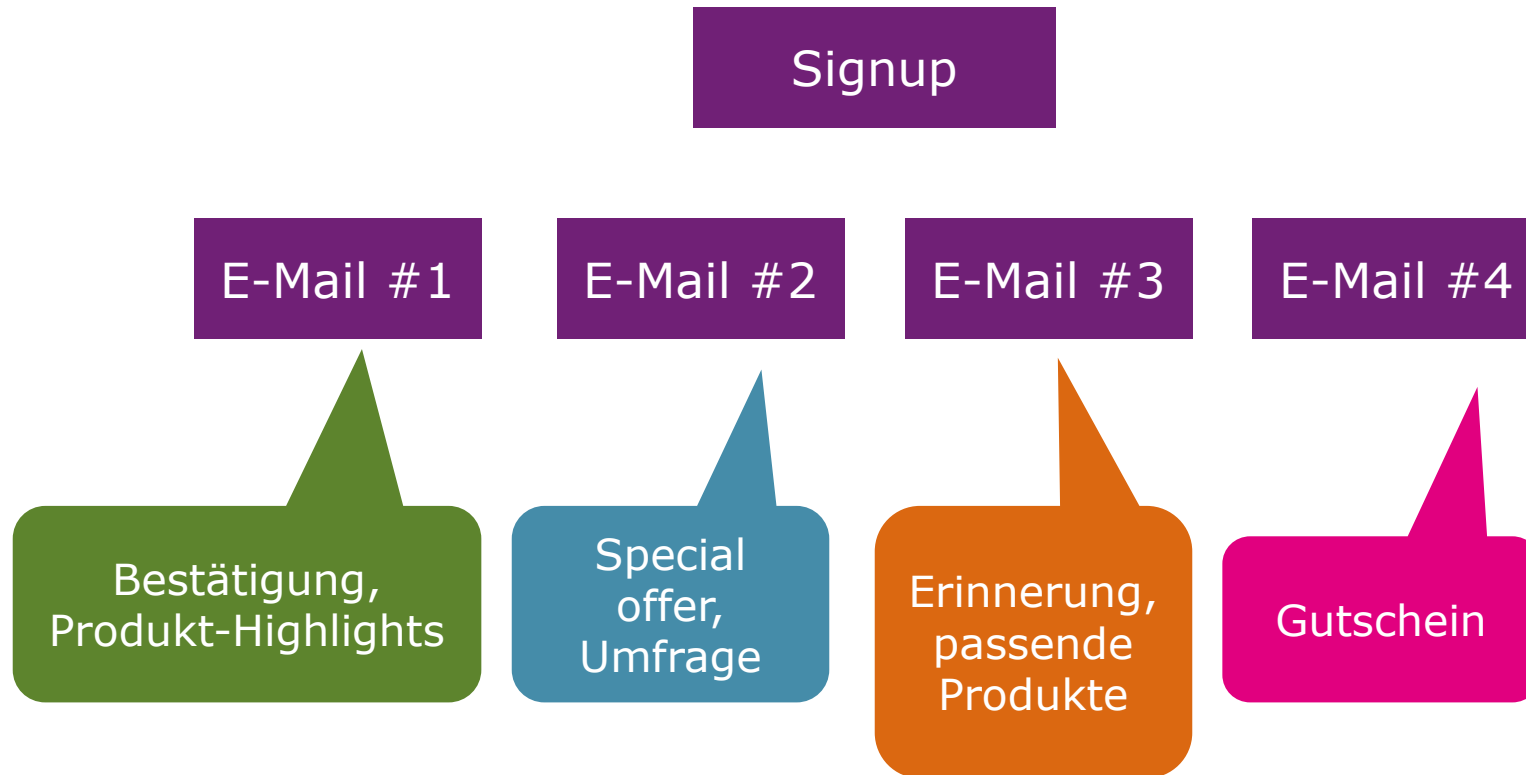


3-7 Tage



7-14Tage


Maßgeschneidert



➤ ParkNow

Mail #1:

Willkommen



ParkNow
You found your place.

BMW i
The Ultimate Driving Machine




People Love Us. And So Will You. Welcome to ParkNow!

Thanks for signing up with ParkNow. We're thrilled to have you on board. As a registered user, you can now enjoy convenient, discounted and easy parking.

Your benefits at a glance:






- Find and book a parking spot in advance, online or with the mobile app
- No more wasting time or fuel circling the block
- Save money too by using our best-rate search function

Start your first reservation now!

GET IT ON  Available on the iPhone  Book on our 


Please let us know if we can support you. You can reach us at **855-PARK-123** or support@parknow.com

Sincerely,
Your ParkNow Team

    a service from **BMW i** 

⋮ ParkNow

Mail #2:
Umfrage



ParkNow
You found your place.

BMW i
The Ultimate Driving Machine

What do you think of ParkNow so far? Get \$15 off your first parking reservation





The community of ParkNow is enjoying convenient, discounted and easy parking. But how do you like our service so far?


We would kindly ask you to answer 4 short questions - it won't take you longer than 2 minutes. After submitting the survey you will get an email with a \$15 voucher for your first reservation.

[START SURVEY](#)

Please let us know if we can support you. You can reach us at **855-PARK-123** or support@parknow.com


Sincerely,
Your ParkNow Team

a service from **BMW i** 

ParkNow

Mail #3:
Erinnerung



ParkNow
You found your place.

Don't let your voucher run out!
Tell us what you think about ParkNow






The community of ParkNow is enjoying convenient, discounted and easy parking. But how do you like our service?

We would kindly remind you to complete our short survey. It won't take you longer than 2 minutes. After submitting the survey you will get an email with a \$15 voucher for your first reservation.

START SURVEY →

if we can support you. You can reach us at **855-PARK-123** or [support@park-](mailto:support@parknow.com)

Sincerely,
Your ParkNow Team


    a service from **BMW i.** 

Deutliche CTA

ParkNow

Mail #5:
Gutschein für die
erste Nutzung

Gutschein



Thank you for your help!
Here is your \$15 voucher

You've completed our survey which helps us to further improve our service. Thank you very much for your assistance! Below you'll find your personal \$15 voucher.





\$15 off your first parking reservation!
Your voucher code: PNREGIST


Enter the given code when you make your first reservation.

Proceed now

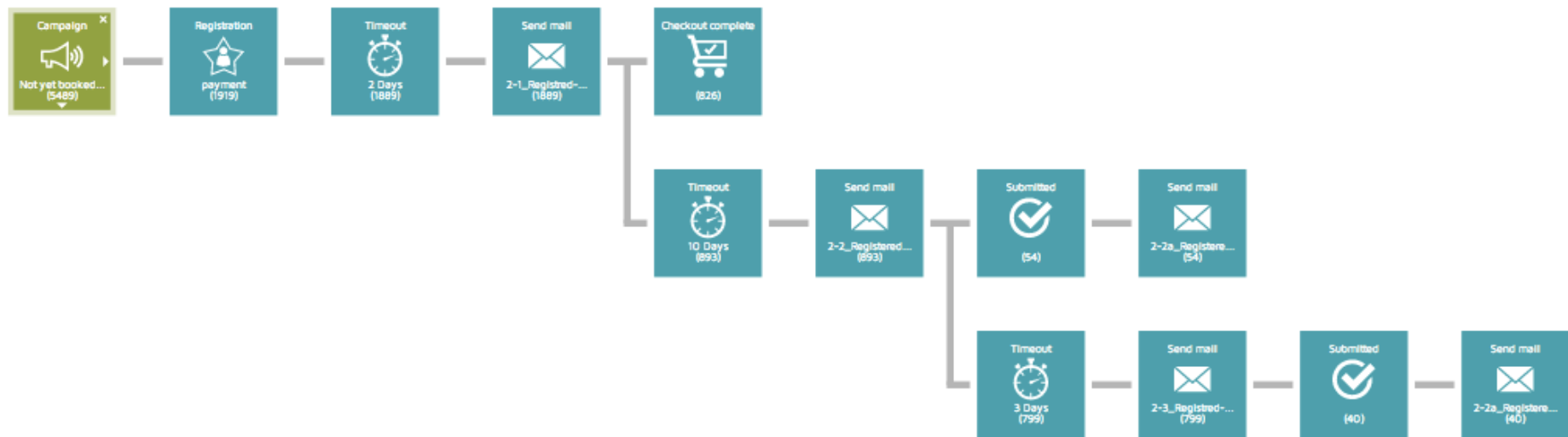
Please let us know if we can support you as you finish registering and start parking with us. You can reach us at **855-PARK-123** or support@park-now.com

Sincerely,
Your ParkNow Team



a service from **BMW i.** 

Workflow



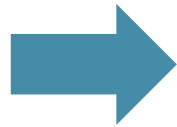
➤ Auswirkungen der Mehrstufigkeit

Step 1



Open Rate: 37%

CTR: 5%

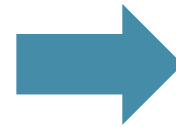


Step 2



Open Rate: 43%

CTR: 4%



Step 3



Open Rate: 60%

CTR: 14%

Tipps

→ Mehrstufige Kampagne

→ Einzelne E-Mails kurz halten

→ „Spannungsbogen“ – Nicht sofort mit Gutscheinen oder Rabatten starten

→ Deutliche Call-to-Action

Warenkorbabbruch E-Mails

Echtzeit zählt

Echtzeit-Kampagnen, bei denen die E-Mail sofort nach dem Ereignis versendet wird, generieren

105% mehr Umsatz

im Vergleich zu Kampagnen, bei denen die E-Mail erst 24 Std. später zugestellt wird.

Danto.de

Link zum letzten
Warenkorb

Open Rate: 53%
CTR: 34%
Conversion: 20%

DANTO.DE[®]
Einfach • Sicher • Online • Shoppen

Folgen Sie uns!



Sehr geehrter Herr Samanta Rossi,

vielen Dank für Ihren Besuch bei Danto.de.

Wir haben festgestellt, dass Ihr Einkauf leider nicht zu 100% geklappt hat. Sie haben Artikel in den Warenkorb gelegt, den Einkauf dann aber nicht vollständig durchgeführt. Wir haben Ihren Warenkorb gespeichert, Sie können den Einkauf jetzt noch problemlos abschließen.

[Zu Ihrem letzten Warenkorb](#)

Wir wollen unseren Kundenservice kontinuierlich verbessern. Wenn Sie Ihren Einkauf nicht abschließen möchten, teilen Sie uns doch bitte Ihre Gründe mit. Gab es technische Probleme oder andere Bedenken?

Unser Ziel ist es, Ihnen den Einkauf bei uns im Shop so leicht, bequem und freundlich wie möglich zu gestalten.

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr Team von Danto.de

Sicher Einkaufen im
Trusted Shops zertifizierten
Danto.de Onlineshop

Einfach bezahlen auf
Rechnung, per Lastschrift,
Paypal, Kreditkarte,
Sofortüberweisung,
Vorkasse oder
Nachnahme

Einfach Fragen – Bei
Fragen oder Problemen hilft
Ihnen unser Kundenservice
gerne weiter



+49-(0)8031 2216 397

info@danto.de



➤ Eine echte Erfolgsgeschichte!



Tipps

→ Zeitnah versenden

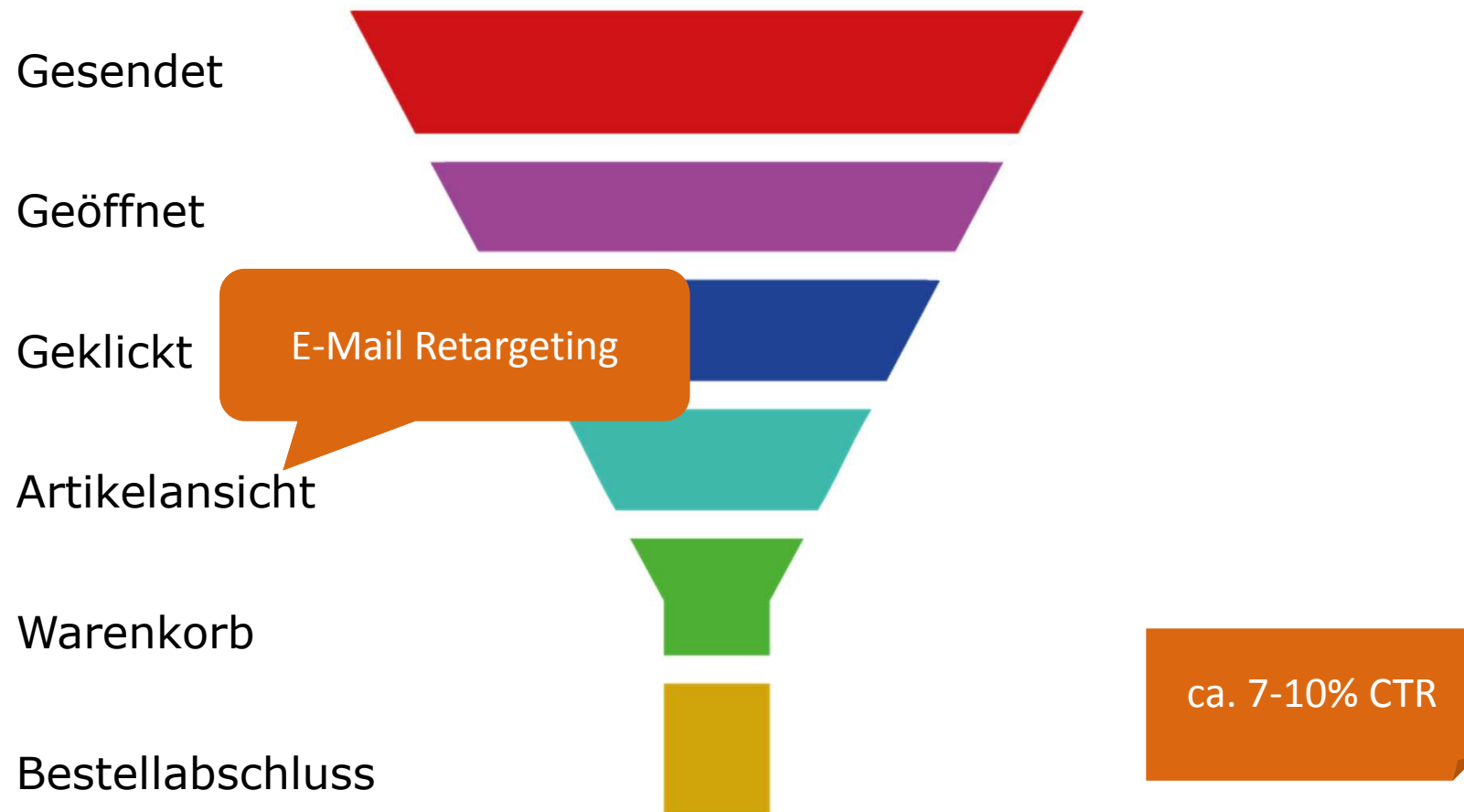
→ A/B-Testing von Betreff, Design und Zeitabstand

→ Nicht mit Mehrstufigkeit nerven

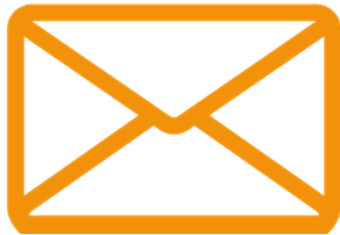
→ Gutscheine höchstens nach Zufallsprinzip

Browse-Retargeting

Conversion Trichter



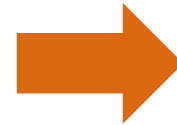
› So funktioniert es



Newslettersendung
an den Kunden



Öffnen und Klick



Betrachten von
Produkten auf der
Website



Retargeting E-Mail



Mister Spex

Browse-Retargeting
inkl. Warenkorb

Persönliche
Ansprache

Passende
Produkte

 MISTER SPEX

 KOSTENLOSER
VERSAND  
 30 TAGE
RÜCKGABERECHT  

Brillen Sonnenbrillen Skibrillen Kontaktlinsen Marken



**BENÖTIGEN SIE HILFE
BEI IHRER BESTELLUNG?**
WIR HELFEN IHNEN GERN WEITER

0800 810 80 90*

BERATUNG
KOSTENLOS

Oder per E-Mail an service@misterspex.de, Mo.-Fr. 9-18 Uhr, kostenlos aus dem deutschen und österreichischen Fest- und Mobilfunknetz.

- Qualitätsgläser kostenlos**
- 30 Tage Rückgaberecht
- Versand und Rücksendung kostenlos

Lieber Tobias Happ,

bei Ihrem letzten Besuch haben Sie sich für einige Produkte interessiert und in Ihren Warenkorb gelegt. Wenn Sie Fragen zu den Artikeln oder der Bestellung bei Mister Spex haben, helfen wir Ihnen gern **kostenlos** unter 0800-810 80 90 oder per [E-Mail](mailto:service@misterspex.de) weiter.

Hier können Sie Ihren [Warenkorb ansehen und bearbeiten](#).

CTA

Ihr Mister Spex-Team

		
Gleitsicht gegen Aufpreis Boss Orange BO 0056 XCH 95,00 EUR	Preis inkl. Gläser** Ray-Ban RX 5187 2445 UVP* 224,00 EUR 131,00 EUR	Preis inkl. Gläser** Polo Ralph Lauren OPH 2039 5011 UVP* 228,00 EUR 138,00 EUR

KOSTENLOSE PERSÖNLICHE BERATUNG

0800 810 80 90*

Sie haben Fragen zur Online-Bestellung oder zum Service von Mister Spex?
Wir beraten Sie gern von Mo bis Fr von 9 bis 18 Uhr
unter **0800 810 80 90** oder per E-Mail an service@misterspex.de
Kostenlos aus dem deutschen und österreichischen Fest- und Mobilfunknetz



Tipps

→ Zeitnah versenden

→ Den Kunden nicht verfolgen, sondern dezent empfehlen

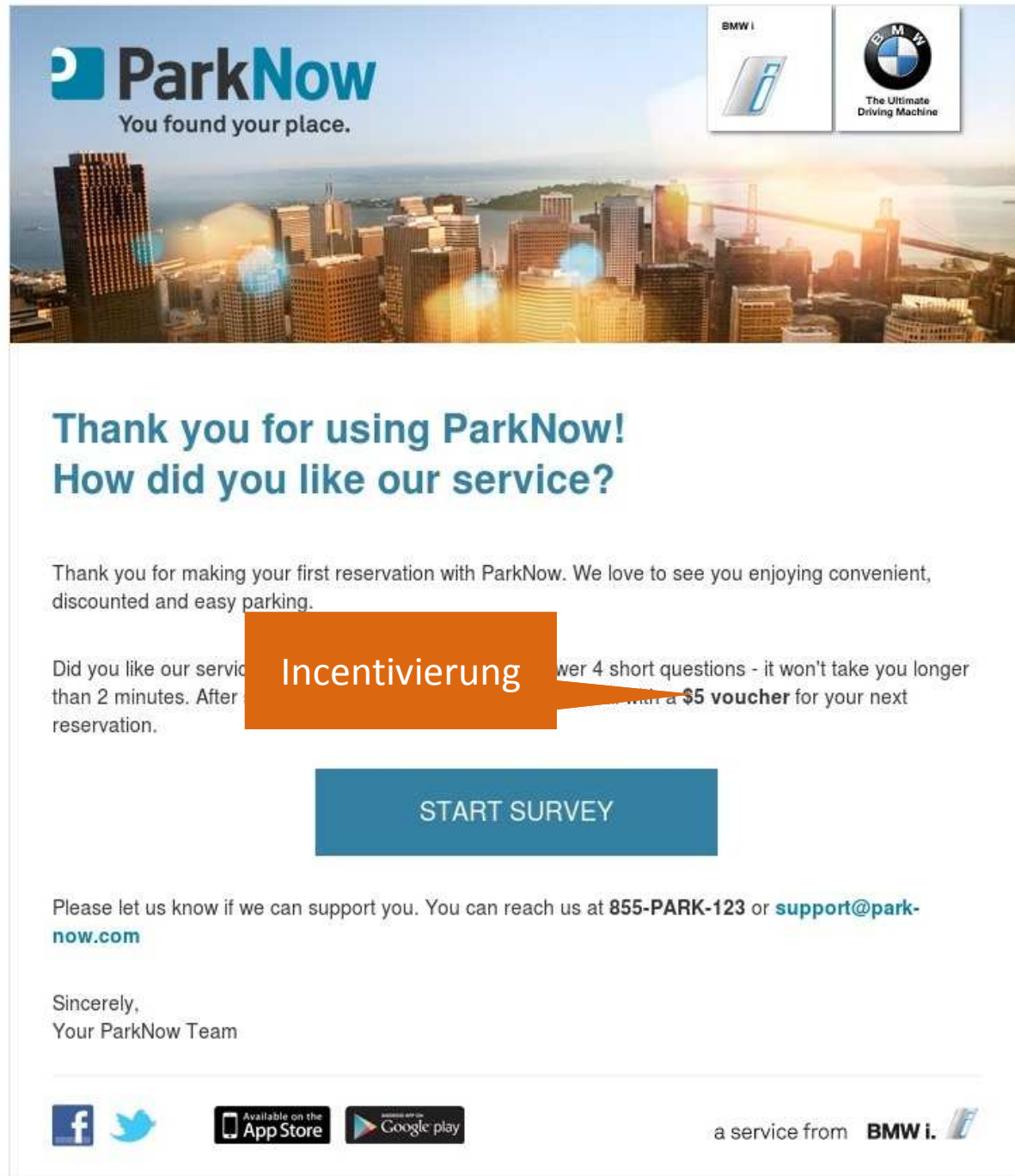
→ Keine Mehrstufigkeit!

→ Sparsamer Einsatz

Umfragen

ParkNow

Einladung zur
Umfrage



The image shows a survey email from ParkNow. At the top, there is a header with the ParkNow logo and the tagline 'You found your place.' To the right of the logo are two logos: 'BMW i' with a car icon and the BMW logo with the text 'The Ultimate Driving Machine'. Below the header is a cityscape image with a bridge. The main body of the email contains a thank you message, a survey invitation, and a 'START SURVEY' button. A red callout box with the word 'Incentivierung' points to the text 'with a \$5 voucher for your next reservation.' At the bottom, there are social media icons for Facebook and Twitter, app store logos for the App Store and Google Play, and the text 'a service from BMW i.' with a car icon.

ParkNow
You found your place.

BMW i

The Ultimate Driving Machine

Thank you for using ParkNow! How did you like our service?

Thank you for making your first reservation with ParkNow. We love to see you enjoying convenient, discounted and easy parking.

Did you like our service? Answer 4 short questions - it won't take you longer than 2 minutes. After completing the survey, you will receive a **\$5 voucher** for your next reservation.

Incentivierung

START SURVEY

Please let us know if we can support you. You can reach us at **855-PARK-123** or support@parknow.com

Sincerely,
Your ParkNow Team

Available on the App Store

Available on Google play

a service from **BMW i.**

➤ ParkNow

Website mit der
Umfrage

Übersichtlich

Freitextfelder

ParkNow
You found your place.

BMW i
The Ultimate Driving Machine

Thank you for making your first reservation at ParkNow. How did you like our service?

Thank you for parking with us – we hope you were satisfied with your first parking experience. Our team is constantly striving to improve the service on your behalf. In order to continue to make your parking experience as efficient and pleasant as possible, we would like to ask you a few questions.

Please use a 1-5 scale to answer the questions below. 1 means very dissatisfied, 5 means very satisfied.

- 1 How would you rate your overall parking experience?**
 1 2 3 4 5
- 2 How satisfied are you with the scan-in process?**
 1 2 3 4 5
- 3 How satisfied are you with the scan-out process?**
 1 2 3 4 5
- 4 Would you refer this location to friends and family?**
 yes no
- 5 Feel free to include additional comments about your experience:**

SEND DATA →

Please let us know if we can support you. You can reach us at **855-PARK-123** or **support@parknow.com**

a service from **BMW i**

Tipps

- Sparsam und gezielt einsetzen
- Kurze Umfragen (max. 4-6 Fragen), Freitext integrieren
- Negatives Feedback weiterverfolgen
- Teilnahme belohnen

Transaktions E-Mails

Nespresso

Empfohlene
Produkte

Tipps und weitere
Produkte

Conversion:
ca. 3%



Sehr geehrtes Clubmitglied,

vielen Dank für Ihre Bestellung auf nespresso.com.

Ihre Bestellung ist bei uns eingegangen und wird schnellstmöglich geprüft und bearbeitet. Sobald Ihre Bestellung bearbeitet wurde, erhalten Sie per E-Mail eine Versandbestätigung.

Bitte beachten Sie, dass die vorliegende E-Mail noch keine verbindliche Annahme Ihrer Bestellung darstellt, weil wir zunächst die Verfügbarkeit der bestellten Ware prüfen müssen.

Den Status Ihrer Bestellung können Sie jeder Zeit im Internet unter „[Mein Konto](#)“ nachverfolgen.

Wir laden Sie ein unsere [Services](#) online zu entdecken und wünschen Ihnen weiterhin viele genussvolle *Nespresso* Momente.

Ihr *Nespresso* Club.

Nespresso empfiehlt Ihnen



Recyceln Sie Ihre Nespresso Kapseln



Entdecken Sie köstliche Nespresso Kaffeerezepte

Einsatzgebiete

→ Bestellbestätigung

→ Versandbenachrichtigung

→ Aufforderung zur Bewertung des
Shops/Produkts

→ Retourenabwicklung

Rewards

› Top-Kunde: R1M1L1



Recency



Monetary



Loyalty

Kampagne: 7 Tage nachdem ein Stammkunde die Gesamtbestellsumme (Lifetime) von 1.000,- € überschritten hat.

➤ Reward

The image shows a screenshot of the evo.com website's 'Thank You!' page. At the top, there is a navigation bar with 'STORE', 'OUTLET', and 'BLOG' tabs, and a secondary bar with categories: 'SKI', 'SNOWBOARD', 'WAKEBOARD', 'SKATE', 'MENS', 'WOMENS', 'KIDS', 'SHOES', and 'BAGS'. The main content area has a green background with the evo logo and the text 'THANK YOU!'. Below this, a red-bordered box contains the following text: 'Woohoo! Because we're so thankful you chose to shop with us we'd like to offer you this code good for \$50 off your next purchase. It's as good as it sounds – 50 free dollars good toward over \$50 on evo.com.' An orange callout box with the text 'Persönlicher Gutschein' points to this red-bordered box. Below the red box, the text continues: 'Thanks: Enter your code in the "Enter Coupon Code" spot in the cart before checkout and we'll automatically deduct \$50 from your order.' This is followed by the code: 'Here is your code: %%50 Dollar Code%%'. The page concludes with 'We appreciate you shopping with us and hope to see you again soon!' and 'With love, evo'.

STORE OUTLET BLOG

SKI SNOWBOARD WAKEBOARD SKATE MENS WOMENS KIDS SHOES BAGS

evo THANK YOU!

Woohoo! Because we're so thankful you chose to shop with us we'd like to offer you this code good for \$50 off your next purchase. It's as good as it sounds – 50 free dollars good toward over \$50 on evo.com.

Persönlicher Gutschein

Thanks: Enter your code in the "Enter Coupon Code" spot in the cart before checkout and we'll automatically deduct \$50 from your order.

Here is your code: %%50 Dollar Code%%

We appreciate you shopping with us and hope to see you again soon!

With love, evo

Weitere Ideen

Tipps

→ Reaktivierung bei längerer Abwesenheit

→ Termin-Reminder

→ Out of stock E-Mails

→ Geburtstagswünsche

→ ...

Fazit

Herausforderungen

Verhaltensbasierte E-Mail Kampagnen versprechen eine extrem hohe Conversion.

Sie automatisiert zu individualisieren ist eine der wesentlichen Herausforderungen.

Herausforderungen

Es gilt dabei auch, Trigger aus verschiedenen **Datenquellen** zentral auszuwerten.

Über die **Analyse** der Kampagnen werden Sie viel über Ihre Kunden lernen.

Kampagnen-Tipps

- Kurze & prägnante Mails mit klarer CTA
- Responsive Design, ggf. Tracken des Clients und Reaktion („Mobil-Problem“)
- Permission beachten, Abmelden-Link integrieren
- A/B-Testing für Betreff, Inhalt, Design, Abfolge
- ...

Vielen Dank.

Andreas Altenburg
andreas@kryd.com

@KRYDCOM