

Love, Bonito

15% höherer Online
Umsatz innerhalb
**von 6 Monaten nach
der Implementierung**
der Emarsys Plattform

Dank der kanalunabhängigen und kundenorientierten Personalisierung kann Love, Bonito folgende Erfolge verzeichnen:

+67%

Lead-zu-Erstkäufer
Konversion

+18%

Wiederholungskäufe

5x

höhere Ausgaben
der aktiven Kunden

+32%

durchschnittlicher
Bestellwert

+6%

Rückgewinnung
wegbrechender
Kunden



„Emarsys hat uns dabei unterstützt, automatisierte und personalisierte Customer Journeys über E-Mail, vor Ort und über kostenpflichtige Kanäle zu erstellen. Dabei waren die Möglichkeiten zur Automation innerhalb der Plattform für unsere ausführlichen A/B Tests eine große Hilfe und wir konnten einen Umsatzanstieg von 15% erzielen. Auch die leistungsstarken Möglichkeiten der Plattform, personalisierte Produktempfehlungen für unsere Online-Besucher zu erstellen, führten zu einer 3x höheren Konversionsrate bei den von Emarsys unterstützten Empfehlungen. Wir sind schon sehr gespannt, welche Ergebnisse wir mit der Unterstützung von Emarsys mit unseren Omnichannel Marketingaktivitäten 2020 erzielen können.“

Isabella Zhou, Leiterin der Abteilung Wachstum, Love, Bonito

Das Unternehmen

Love, Bonito begann als Online Blog Shop und veränderte das Einkaufserlebnis von Frauen - sowohl online als auch offline. Das Unternehmen betreibt 15 Stores in vier südostasiatischen Ländern und bietet nicht nur eine umfassende Omnichannel Personalisierung, sondern fördert gleichzeitig die Neukundengewinnung und Kundenbindung.

Das Ergebnis

- Verbesserte Kundenakquise durch Steigerung der Lead-Konversion und Optimierung des ROAS (Return on Ad Spend).
- Verbesserte Kundenbindung durch Steigerung der Kauffrequenz und des durchschnittlichen Bestellwerts von Bestandskunden.

Die Herausforderung

- Standardmäßige E-Mail Programme beanspruchten in der Umsetzung durch die zuvor genutzte Plattform zu viel Zeit und Ressourcen.
- Eine zerstückelte Organisation und ein nicht integrierter Tech-Stack beeinträchtigten die Kundenerfahrung und erschwerten zudem die Personalisierung der digitalen Kommunikation in jeder Phase des Lifecycles.
- Darüber hinaus fehlte es an Kunden- und Marketinganalysen, um strategische Entscheidungen für langfristig bessere Geschäftsergebnisse zu treffen.
- Auch war die Personalisierung der Kommunikation über wichtige Customer Touchpoints hinweg nicht möglich (>60% der Kunden haben 4 oder mehr Kontaktpunkte mit Love, Bonito, bevor sie sich für die Marke entscheiden und konvertieren).
- Es wurde folglich nach einer Plattform zur Unterstützung der Skalierbarkeit und für zukünftige Wachstumspläne in der Retail Branche gesucht.

Die Lösung

Nachdem Love, Bonito sich für Emarsys entschieden hatte, konnte das Unternehmen nach einer schnellen Implementierungsphase seine Geschäftsergebnisse effektiv beschleunigen und seine Akquise- und Kundenbindungsziele optimieren. Das wurde erreicht durch:

- Die Beseitigung organisatorischer Silos und der Reduzierung der Gesamtkosten durch die vollständig integrierte Emarsys Customer Engagement Plattform, Personalisierung, Automation und Analytik.
- Die Bereitstellung einer kanalunabhängigen und kundenorientierten Personalisierung durch passende Produktempfehlungen an interessierte Kunden, via E-Mail und über die Website.
- Die Personalisierung von Facebook- und Instagram-CRM Ads für einzelne Segmente - durch gezielte Produktempfehlungen zur Steigerung der Konversion von Leads zu Erstkäufern.
- Die Optimierung und Verbesserung des ROAS um 60% - durch Audience Suppression, sowie personalisierte Produktempfehlungen an relevanten, die Konversion fördernden Kunden-Touchpoints.
- Die Love, Bonito Website und Web Recommendations powered by Emarsys werden auf In-Store iPads präsentiert, um gleichbleibende Web-Erlebnisse und Online-Empfehlungen zu liefern.
- Durch den Launch voll integrierter E-Commerce Use Cases, wie z.B. die Leads-zu-Erstkäufer Konversion, und die Rückgewinnung wegbrechender Kunden, hat das Marketing Team von Love, Bonito seine Geschäftsziele schnell an Strategien zur Kundenbindung angepasst und innerhalb von sechs Monaten eine Steigerung der Online-Umsätze um 15% verzeichnet.

