



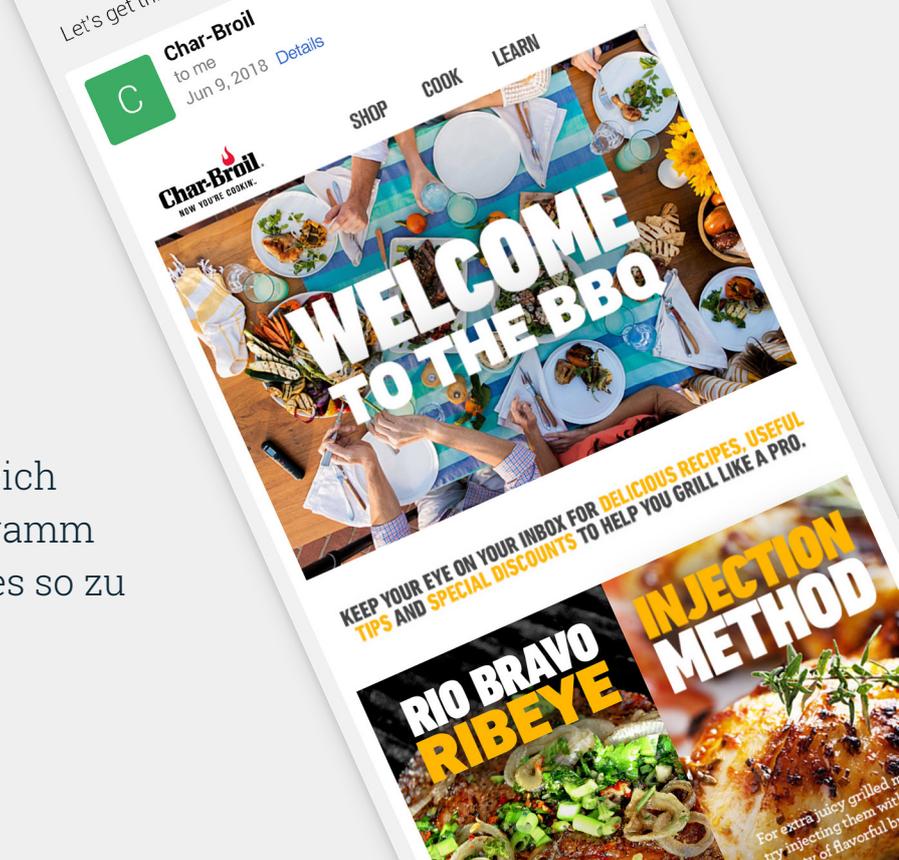
# Wie sich bei der Implementierung zeigt, dass Sie sich für die richtigen Partner entschieden haben

**Char-Broil + BrightWave + Emarsys: Drei Partner. Ein Ziel.**

Char-Broil wollte das Engagement ihres E-Commerce-Geschäfts mit einer besseren Personalisierung erhöhen. Ihre E-Mail- und eCRM-Agentur, BrightWave, hatte das Know-how, um dabei zu helfen. Was sie noch brauchten, war eine Marketing-Plattform, die über viele Funktionen verfügte und Marketer-freundlich war, um ihnen beim Erreichen ihrer Ziele zu helfen.

„Die größte Herausforderung war, dass Char-Broil bei ihrem früheren E-Mail-Anbieter über mehr Plattform verfügte, als eigentlich benötigt wurde. Die Lösung war nicht Marketer-freundlich und das Team fühlte sich nicht in der Lage, damit ihr Programm zum Laufen zu bekommen oder es so zu skalieren, wie sie es wollten.“

– Andrea Short, Senior Strategist, BrightWave



## Die Herausforderung

Char-Broil war sehr darauf fokussiert, das Kunden-Engagement zu verbessern. Hierfür mussten Kunden besser segmentiert, Inhalte personalisiert und weitere Kampagnen automatisiert werden.



### Der frühere E-Mail-Anbieter war dafür nicht die richtige Wahl

Char-Broils früherer E-Mail-Anbieter hatte vielleicht viele Funktionen im Angebot, doch die Ausführung von Programmen, die diese Funktionen nutzten, war kompliziert und oft verworren. So stand dem Char-Broil-Team eine teure Auswahl an Werkzeugen zur Verfügung, die aber niemand ohne die Hilfe der IT oder einer externen Agentur kompetent nutzen konnte. Die Segmentierung war primitiv und mühsam und das Team konnte nur eine automatisierte Kampagne erstellen: Eine Willkommensserie, die aus zwei E-Mails bestand. Für einen Händler mit wachsendem E-Commerce-Fokus auf Ersatzteile war dies ein kostspieliger Misserfolg.

„Ein Grund, uns tatsächlich gegen unseren früheren E-Mail-Anbieter zu entscheiden, war die Tatsache, dass es sich immer wie ein Verkaufsgespräch anfühlte“, sagt Paige Farrow, Senior Director of Marketing bei Char-Broil. „Wir hatten einen Kundenbeziehungsmanager, einen Kundenbetreuer und insgesamt waren 10 Leute für uns zuständig. Aber wegen ihrer häufigen Personalwechsel vergaßen sie einfach, dass wir schon Bestandskunden waren. Sie haben sich nur selten gemeldet, und wenn, dann haben sie stets versucht, uns etwas zu verkaufen.“

Leandi McMurphy, Senior Manager of Marketing bei Char-Broil, erkannte, dass der E-Mail-Anbieter zu einigen Unternehmen passen könnte, aber eben nicht zu Char-Broil, wo es kein vollwertiges, dediziertes E-Mail-Marketing-Team gab. „Wir wollten uns nicht auf ein allzu simples internes Tool stürzen, das lediglich die Grundlagen abdeckte und uns nicht die Möglichkeiten bieten konnte, die wir langfristig haben wollten“, sagt McMurphy. „Wir mussten uns auf dem Markt umsehen, um eine wirklich gute und geeignete Lösung zu finden. Gleichzeitig wollten wir immer noch die wirklich tollen Funktionen haben, die es uns ermöglichten, innovative Dinge in E-Mails zu nutzen.“ Ironischerweise wurde ausgerechnet Char-Broil, eines der innovativsten Unternehmen der Gasgrill-Branche, von seinem E-Mail-Anbieter daran gehindert, entscheidende Innovationen im Bereich des digitalen Marketings umzusetzen.



## Die Bewertung von E-Mail-Anbietern und Plattformen erfordert besondere Fähigkeiten

Zunächst hat Char-Broil mit BrightWave einen vertrauenswürdigen und erfahrenen Agenturpartner gefunden. Als es an der Zeit war, nach einem neuen E-Mail-Anbieter zu suchen und den Ausschreibungsprozess zu starten, wollte Char-Broil das Know-how von BrightWave in der E-Mail-Branche nutzen, anstatt die Anbieter selbst zu bewerten. BrightWave verbrachte einige Zeit damit, Char-Broils Geschäft kennenzulernen und ihre aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse im Marketingbereich zu verstehen. BrightWave erstellte dann eine Shortlist potenzieller Plattformpartner, von kleinen E-Mail-Anbietern bis hin zu großen Marketingplattformen. Nur Emarsys hatte die richtige Lösung für Char-Broil.

„Wir haben die technischen Ressourcen und das Know-how, um wirklich komplexe Automationen umzusetzen“, sagt Alexis Daniel, Account Director bei BrightWave. „Wir wollten es Char-Broil aber auch ermöglichen, die Plattform selbst zu nutzen, und da dachten wir, dass Emarsys die richtige Wahl ist, weil man keinen Datenbankingenieur, Data Scientist oder Datenbank-Architekten benötigt, um eine E-Mail zu erstellen und zu versenden.“ Emarsys verfügt über sämtliche von Char-Broil gewünschten Funktionen, ist aber zugleich auch für den normalen Marketingkoordinator zugänglich, der nun eine Kampagne auch ohne monatelange Schulungen reibungslos durchführen kann.



## Ein nicht skalierbares E-Mail-Programm

Char-Broil wusste, dass Verkaufszahlen und Markentreue mithilfe ihres Händlernetzwerkes und online nur dann gesteigert werden konnte, wenn es gelang, die Zielgruppe in überzeugender und authentischer Form anzusprechen - von der E-Mail bis zur Webseite. Das Problem hierbei war, dass Char-Broil ein sehr unhandliches E-Mail-Tool verwenden musste.

Leandi McMurphy fasst die Erfahrungen von Char-Broil zusammen: „Leider war das Tool, das Char-Broil verwendete, sehr schwerfällig und massiv, so dass eine ganze ‚Armee‘ nötig war, um daraus einen Nutzen ziehen zu können. Wir haben uns nie wohl damit gefühlt, nicht einmal, wenn wir selbst eine E-Mail versenden wollten, ohne dass die Agentur dabei den Großteil der Arbeit für uns erledigte. Es brauchte fast drei Monate, nur um sich in das Tool einzuarbeiten und eine E-Mail versenden zu können.“

I'm looking for...

THE MOST FORGIVING GRILLS ON EARTH.™

TRU-INFRARED™

SAVE \$50

KETTLEMAN™ TRU-INFRARED™ GRILL FOR \$99.99 PLUS FREE SHIPPING LIMITED TIME ONLY. \*Valid in Contiguous US only, while supplies last.

50% OFF

A SMOKING HOT DEAL

GET THE SIMPLE SMOKER WITH SMARTCHEF TECHNOLOGY FOR \$150 PLUS FREE SHIPPING FOR A LIMITED TIME ONLY. \*Valid 05/18 - 08/20. Offer valid in Contiguous US only, while supplies last.

BUY NOW >

# Die Lösung

Char-Broil suchte Know-How in den Bereichen E-Mail-Programmstrategien, Kampagnenentwicklung und E-Mail-Marketing. All das hatte BrightWave im Angebot. Als es dann an der Zeit war, sich für eine Technologie-Lösung zu entscheiden, empfahl BrightWave die Emarsys-Plattform und die damit verbundenen Tools, um die Ziele von Char-Broil zu erreichen.

Einer der wesentlichen Gründe von Char-Broil, mit BrightWave zusammen zu arbeiten, war der Wunsch nach einer erfahrenen Agentur mit spezifischen Branchenkenntnissen. Da BrightWave die führende E-Mail-Marketing-Agentur ist, die im jährlich erscheinenden „Email Agency Buyer's Guide“ der Relevancy Group die höchsten Bewertungen hinsichtlich Kundenzufriedenheit und Plattform-Know-how erhielt, war es eine recht einfache Entscheidung, sie als Komplettanbieter für E-Mail-Lösungen an Bord zu holen. Dies beinhaltete eine vollständige Programm-Strategieentwicklung mit Design- und Inhaltserstellung, Zielgruppenmanagement, Kampagnenmanagement und Programmanalyse – alles unter Nutzung der Emarsys Marketing Plattform.

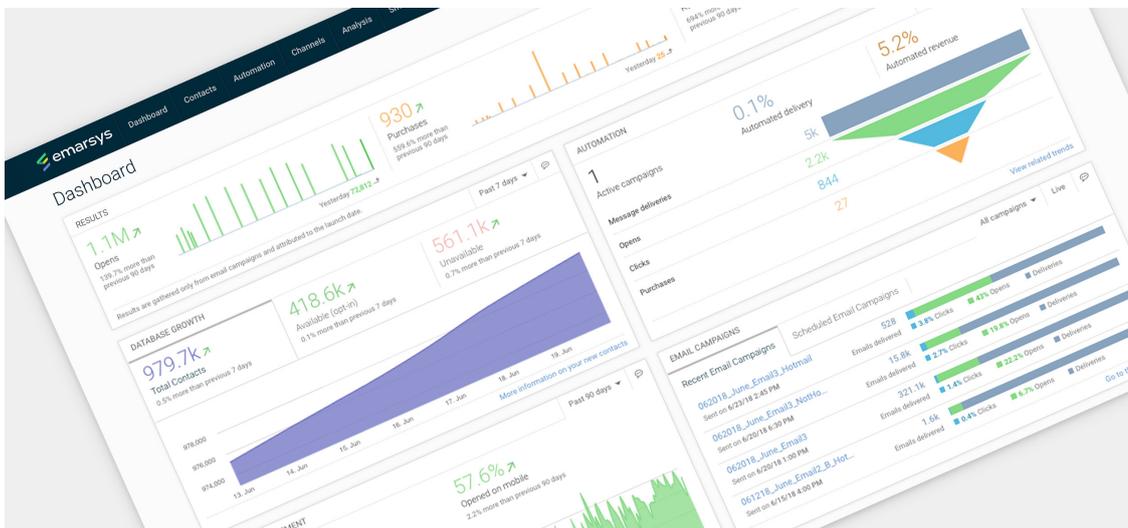
## Eine Marketing-Plattform, die funktioniert

Basierend auf eigenen Testergebnissen war BrightWave davon überzeugt, dass die Emarsys-Plattform die beste Lösung für die spezifischen Anforderungen und Herausforderungen von Char-Broil war.

Die Vor-Ort-Präsentation zeigte eine der größten Stärken von Emarsys: Die Benutzerfreundlichkeit. Es wurde klar, dass all die Dinge, die Char-Broil mit seinem früheren E-Mail-Anbieter durchführen wollte, aber nicht konnte, mit der Emarsys-Plattform möglich waren. BrightWave konnte nun Kundensegmente von Char-Broil bilden, E-Mail-Kampagnen gezielter mit Hilfe von Kundendaten ausrichten und personalisierte Kampagnen automatisieren, um so die Online-Kunden von Char-Broil zu erreichen.

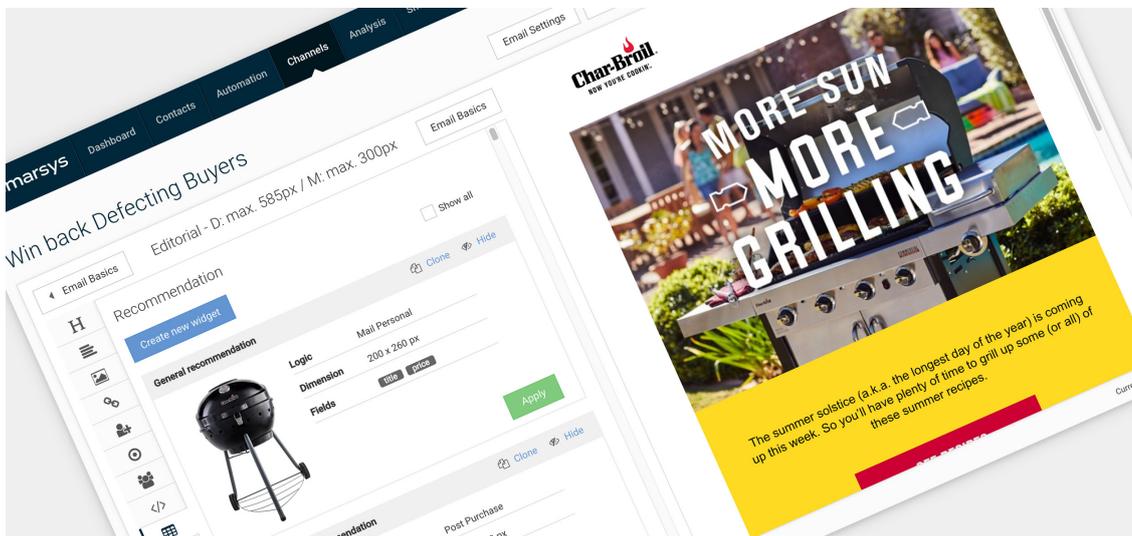
„Operativ gesehen ist es insgesamt eine viel leichter zu nutzende Plattform [als die vorherige]“, sagt Alexis Daniel von BrightWave. „Es ist für unser gesamtes Team viel einfacher geworden, reinzukommen und jederzeit zu verstehen, was gerade passiert.“

Paige Farrow von Char-Broil beantwortet die Frage „Warum Emarsys?“ folgendermaßen: „Es schien, als hätte die Emarsys-Plattform alles was wir brauchten, aber nichts, was wir nicht brauchten. Ehrlich gesagt, hatten wir das Gefühl, und BrightWave stimmte uns zu, dass die Unterstützung von Emarsys solider sein würde als die der Konkurrenten.“



## Benutzerfreundliche E-Mail-Tools mit praktischen Funktionen

BrightWave entschied sich aufgrund der hilfreichen Funktionen, die bei keiner anderen Plattform zu finden waren, für Emarsys. Von der Linkübersicht-Funktion, mit der man nicht ordnungsgemäß formatierte Links überblicken kann, bis hin zu der Funktion „Segmente kombinieren“, mit der man vorhandene Kontakte und Segmente zu einem einheitlichen Segment zusammenführen kann, hält BrightWave Emarsys für eine sehr intuitive Plattform. Dies beinhaltet eine E-Mail-Analyse, mit der Möglichkeit, Ergebnisse sehr schnell zu überblicken und zu prüfen, dass alles wie geplant abläuft.



Aber Char-Broil hatte noch mehr Möglichkeiten, wie Paige Farrow beschreibt: „Wenn wir eine E-Mail versenden müssen und das nicht in den Arbeitsbereich von BrightWaves fällt, wollen wir das Gefühl haben, dass wir diese Aufgabe selbständig erledigen können. Und wenn wir E-Mails für kleinere Marken unter dem Dach von W.C. Bradley erstellen müssen, bei denen wir uns keine Unterstützung einer Agentur leisten können, müssen wir wissen, dass wir auch dies tun könnten. Also haben wir uns für das Tool entschieden, mit dem wir die kleineren Marken am besten betreuen können, ohne dabei auf Features zu verzichten, die wir für unsere größere Char-Broil-Marke benötigen.“

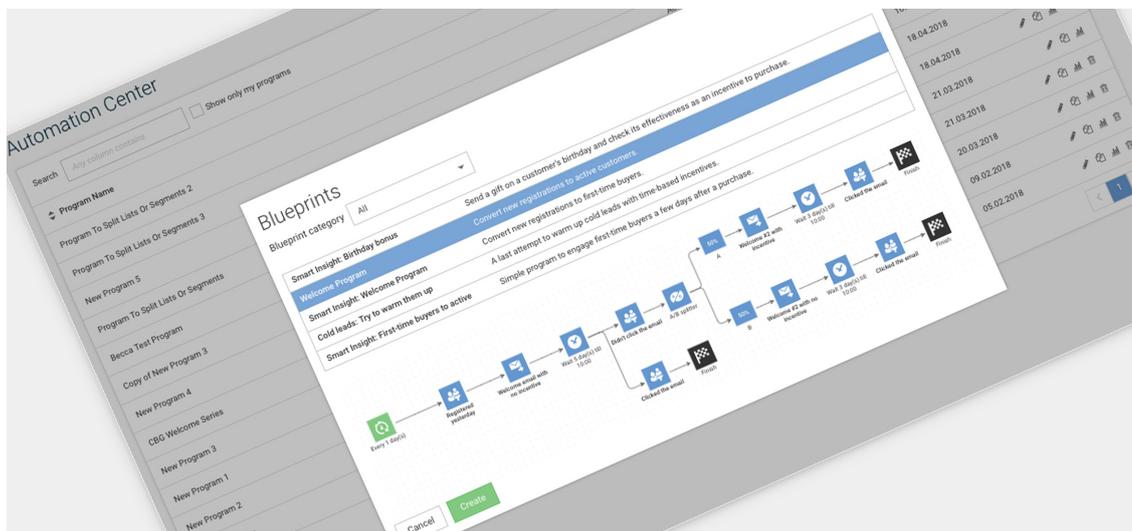
### Eine Implementierung, von der Marketer träumen

Die Implementierungsphase kann eine schwierige Zeit sein, da Sie schnell merken werden, welche Funktionen einer Plattform zu der gesamten Marketing-Software, die Sie verwenden möchten, passen oder nicht. Viele Unternehmen legen sich auf einen Partner fest und hoffen einfach, dass es dann gut läuft.

Paige Farrow von Char-Broil beschreibt diese Angst perfekt: „BrightWave ist definitiv ein Profi und es war sehr, sehr wichtig, dass wir mit Emarsys die Art von Unternehmen gefunden hatten, die uns entsprechend aufbaute und auch am Anfang bei uns blieb und nicht etwa eine Firma, die sagt: ‚Sie sind jetzt unser Kunde? Schön. Hier finden Sie eine Online-Schulung.‘“

So war es bei Emarsys nicht. Während des gesamten dreimonatigen Prozesses standen Implementierungsberater zur Verfügung, um BrightWave und Char-Broil über alle Hürden und durch alle Anpassungen zu führen.

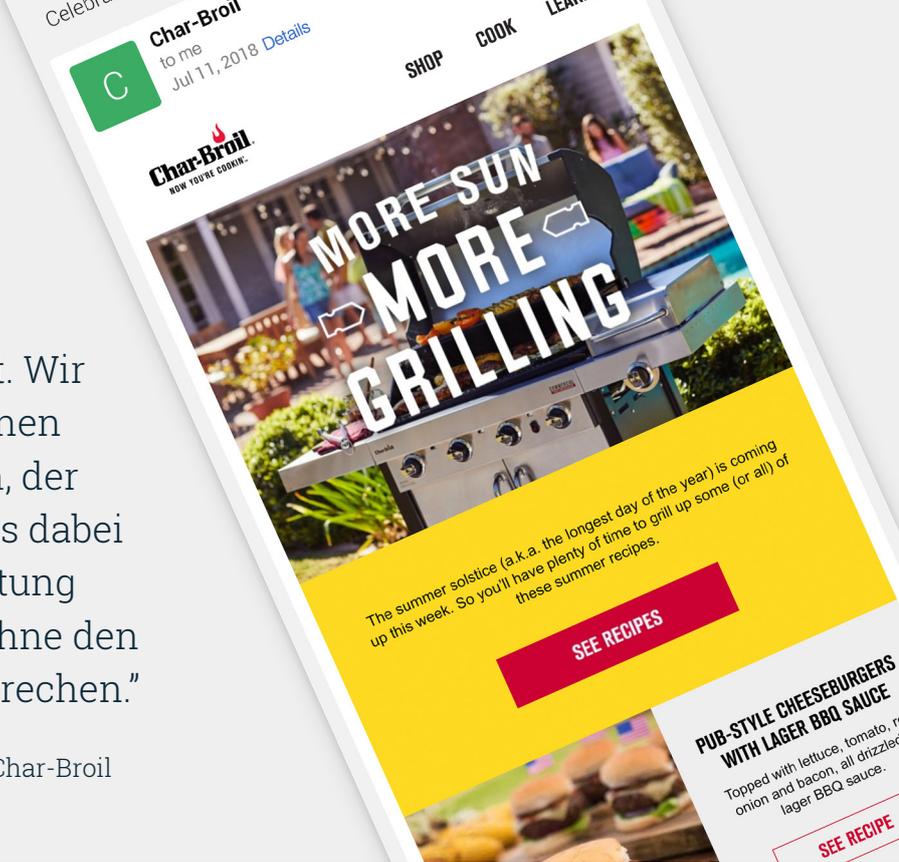
Alexis Daniel von BrightWave beschreibt: „Während des Implementierungsprozesses war es sehr wichtig für das Team, all diese unterschiedlichen Datenquellen zu integrieren und eine einsatzbereite Magento-Lösung zu erstellen, da es diese Bestandteile für die E-Commerce-Komponente verwendet. Und seit wir Emarsys nutzen, ist das Testen, die Qualitätssicherung und die Bereitstellung von E-Mails zu einem zunehmend optimierten und effizienten Prozess für unser Team geworden.“



---

„Wir haben über Emarsys‘ Bereitschaft gesprochen, uns zu schulen und für uns da zu sein, um Fragen zu beantworten. Aber auch die Atmosphäre hat gepasst. Wir wollten sicherstellen, dass wir einen E-Mail-Anbieter gefunden hatten, der uns wirklich unterstützte und uns dabei half, eine optimale E-Mail-Begleitung unserer Marken zu entwickeln, ohne den Kunden zu verkäuferisch anzusprechen.“

– Paige Farrow, Senior Director of Marketing bei Char-Broil



## Die Ergebnisse

Nachdem BrightWave die Emarsys-Plattform als bestmögliche Lösung für Char-Broil empfohlen hatte, führte das Emarsys-Implementierungsteam BrightWave und Char-Broil durch die Ersteinrichtung.

Von diesem Zeitpunkt an hat BrightWave als beauftragte Management-Agentur alle E-Mail-Kampagnen von Char-Broil durchgeführt. Die Fähigkeit der E-Mail-Agentur, Inhalt, Strategie und E-Mail-Bereitstellung nahtlos zu verwalten, zeugt sowohl von ihrem Status in der E-Mail-Branche als auch von der sehr viel einfacheren Nutzung der Emarsys-Plattform im Gegensatz zu jeder anderen Marketing-Plattform.

### Partner mit der richtigen Lösung

Obwohl BrightWave über viele Emarsys-Tools sprach, an denen Char-Broil interessiert war, empfahl die E-Mail-Agentur nur diejenigen, von denen Char-Broil sofort profitieren konnte. Dazu gehörten E-Mail, Automatisierung, Inbox-Vorschau und Web Extend – solide Grundlagenwerkzeuge, auf denen Char-Broil aufbauen kann.

Da BrightWave die Emarsys-Marketing-Plattform empfohlen hat, stellen diese Partner Char-Broil nun ein System zur Verfügung, das auf ihre aktuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Das Verkaufsargument war transparent, da es weder ein Upselling gab noch darum ging, viele Werkzeuge in ein Paket zu stopfen, die Char-Broil nicht benötigte. Emarsys und BrightWave haben Char-Broil sogar empfohlen, einige Funktionen erst dann zu kaufen, wenn die E-Mail-Kampagne die gewünschten Ergebnisse geliefert hat.

Dies ist ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal zu anderen Marketing-Plattformen und E-Mail-Anbietern. Wir sind dann erfolgreich, wenn unsere Kunden es sind und das bedeutet für uns, dass wir nur die Lösungen empfehlen, von denen unsere Kunden am ehesten profitieren können.

### Beispielhafter Implementierungsservice

Ein Anbieter kann eine noch so reibungslose Implementierung versprechen, aber in der Praxis ist dieser Prozess oft frustrierend. Dies ist nämlich der Zeitpunkt, an dem Sie die Integrationsprobleme identifizieren und für jedes einzelne individuelle Lösungen entwickeln müssen. Hier zeigen sich dann die Stärken und Schwächen Ihres Partners.

Andrea Short, Senior Strategist bei BrightWave, erinnert sich sehr gut: „Wir hatten das Gefühl, dass wir die Unterstützung erhielten, die wir und Char-Broil benötigten, um zuversichtlich auf eine neue Plattform zu migrieren. Ein bisschen fürchteten wir uns schon. Aber zu wissen, dass wir eine echte Person kontaktieren konnten und Unterstützung bekamen, wenn wir sie brauchten und wo wir sie brauchten, war ein enormes Verkaufsargument für uns. Darüber hinaus denke ich, dass das Niveau der Unterstützung, die wir erhalten haben, auf das Verkaufsteam zurückzuführen ist, das wirklich gut vorbereitet war, seine Präsentation auf Char-Broil zugeschnitten hatte und das Geschäft, die Kundenbedürfnisse und unsere Partnerschaft mit Char-Broil verstanden.“

Doch der Service endete nicht, als die Implementierung abgeschlossen war, wie Leandi McMurphy von Char-Broil feststellt: „Ich denke, für uns hat die Tatsache, dass es sich nach der Implementierung nicht so anfühlte, als würde ein Teil der Unterstützung vonseiten Emarsys enden, den größten Wert. Wir hatten einige Probleme mit der Zustellbarkeit bei Yahoo und das Team war sofort da, um weiter mit uns daran zu arbeiten und es hieß nie: ‚Nein, die Implementierung ist abgeschlossen.‘ Auch zu diesem Zeitpunkt und danach war es nicht schwer, sie zu erreichen. Sie standen uns einfach immer zur Verfügung.“

## Raum zum Wachsen auf dem Weg zu weiterem Erfolg

BrightWave hat bereits eine automatisierte Willkommensserie für Char-Broil eingerichtet und die beiden Unternehmen werden in naher Zukunft weitere Kampagnen ins Leben rufen. Noch wichtiger ist jedoch, dass alle drei Partnerunternehmen schnell Vertrauen zueinander aufgebaut haben und voneinander lernen konnten.

In den kommenden Monaten wird es BrightWave und dem Char-Broil-Marketingteam durch die einfache Nutzung der Emarsys-Plattform möglich sein, automatisierte Kampagnen einzurichten und Kundensegmente zu definieren, um neue Kunden über die Marke zu informieren. Darüber hinaus werden Verkäufe durch Char-Broils Reseller-Kanäle und Ersatzteilverkauf über seine E-Commerce-Website gesteigert werden.

Zukünftig ist Char-Broil daran interessiert, Produktempfehlungen in sein Programm aufzunehmen und wenn es soweit ist, werden Char-Broil und BrightWave keine neue Software suchen müssen. Empfehlungen sind auf der Emarsys-Plattform ebenso enthalten wie wichtige Vorlagen für verwaiste Warenkörbe oder Kampagnen zu abgebrochenen Besuchsvorgängen auf der Webseite.

„Das alles hat uns das Gefühl gegeben, dass Sie sich langfristig auf uns einlassen und nicht nur auf den schnellen Gewinn aus sind“, sagt Andrea Short von BrightWave. „Wir fühlen uns wirklich wie ein Partner.“

„Für den Fall, dass man das Team nicht ausbaut, ist es ein großartiges Tool, da es so einfach zu nutzen und erlernen ist“, sagt Paige Farrow von Char-Broil. „Und wenn das Team um drei Mitglieder erweitert wird und man mehr machen kann, verfügt die Plattform auch über alle Funktionen, die benötigt werden, um anspruchsvoller zu werden – Drip Campaigns, hyper-personalisierte Nachrichten, aktionsbasierte Mitteilungen oder ähnliches. Hier ist das Beste aus beiden Welten vereint.“

**BRIGHTWAVE™** THE AGENCY SERVICES OUR WORK

# Char-Broil®

## ESP MIGRATION, WELL DONE

For over 70 years, Char-Broil has been making cookouts better with their products. Their backyard grilling and smoking innovations become more advanced every year. They needed to find an email service provider (ESP) just as innovative as their cooking products. With their future business goals in mind, we were able to help Char-Broil select an ESP and successfully transfer their entire email program to it with no interruption in customer communications.

### The Game Plan

- Review current emails and available customer data to narrow down ESP options
- Select and migrate to a new platform with one-to-one messaging and ROI as main focus areas



Mit seinem Hauptsitz in Columbus, Georgia (USA), ist die Char-Broil LLC ([www.charbroil.com](http://www.charbroil.com)) eines der weltweit ältesten und anerkanntesten Unternehmen für Outdoor-Grillzubehör. Das Unternehmen bietet ein komplettes Sortiment aus Gas-, Kohle- und Elektrogrills, sowie Smoker, Friteusen und Grillzubehör. Mit dem Erfolg der revolutionären TRU-Infrared™-Grilltechnik, konzentriert sich Char-Broil nun mehr denn je darauf, seine erfolgreiche Innovationsgeschichte fortzusetzen. Neben der Marke Char-Broil® führt das Unternehmen ein Portfolio hochwertiger Marken für Outdoor-Grillzubehör, darunter Oklahoma Joe's® Smokers, Dancook und SABER®-Grills.



BrightWave ist die führende E-Mail- und eCRM-Agentur. Mit über 15 Jahren Erfahrung in der Verwaltung der besten E-Mail-Marketingstrategien der USA unterstreicht BrightWave eCRM- und Cross-Channel-Programme durch branchenführende Innovationen, Beziehungsmanagement und bahnbrechende Inbox-Erlebnisse. Mehr dazu erfahren Sie unter [BrightWave.com](http://BrightWave.com).

Des Weiteren hat BrightWave den Kongress „EiQ: The intelligent email gathering“ ins Leben gerufen. Bei dieser eintägigen Veranstaltung trifft sich die Branche und erörtert Innovationen und deren Auswirkungen auf Unternehmen. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte [EiQgathering.com](http://EiQgathering.com).



Emarsys ist das weltweit größte unabhängige Marketing Plattform Unternehmen. Unsere Software ermöglicht eine kanalübergreifende und personalisierte Interaktion zwischen Marketern und Kunden - für eine bessere Kundentreue, optimale Customer Journey und langfristig höhere Umsätze. Unsere AI-gesteuerte Marketing Plattform bietet eine intuitive & benutzerfreundliche Marketinglösung, die Marketingentscheidungen und -Aktivitäten jenseits manueller Möglichkeiten erfolgreich umsetzen kann

Seit dem Jahr 2000 unterstützt Emarsys über 1.500 Unternehmen in mehr als 140 Ländern bei der erfolgreichen Kommunikation mit 3 Milliarden Kunden weltweit. Wir versenden täglich mehr als 350 Mio. personalisierter Nachrichten über E-Mails, Mobiltelefone, Soziale Netzwerke und im Netz und können so jeden Tag Millionen erfolgreicher Kaufabschlüsse verzeichnen. Weitere Informationen finden Sie auf [emarsys.com](http://emarsys.com).