



Internethändler für Angel- und Boots-ausrüstung erzielt mit Produktempfehlungen ein Umsatzplus

Mit Automation und prädiktiver Analytik zur perfekten Ansprache lukrativer Kundensegmente

Die Erfolgsgeschichte von Marine Deals auf einen Blick

Marine Deals, Neuseelands beliebtester Onlinehändler für Angel- und Boots-ausrüstung, wollte die E-Mail-Kommunikation mit seinen Kunden mithilfe von Personalisierung, Automation und Produktempfehlungen verbessern.

Marine Deals entwickelte sich von einem anfangs kleinen Betrieb, der in einer Garage geführt wurde, zu einem gut sortierten Internethändler mit eigenem Lager. Anfangs verwendete das Unternehmen für die Kundenkommunikation fast ausschließlich den E-Mail-Kanal. Um seine Marketingaktivitäten auf das Internet und mobile Kanäle ausweiten zu können, musste Marine Deals zuerst seine E-Mail-Kampagnen optimieren.

Marine Deals verzeichnete zwar während seiner frühen Wachstumsphase kontinuierlichen Neukundenzuwachs, doch

schließlich gelangte das Unternehmen an einen Punkt, an dem das Wachstum stagnierte. Das Unternehmen wusste zwar, dass es mit E-Mails eine bessere Kundeninteraktion erreichen würde, hatte aber nicht genügend Marketingexperten, um gezielte Kampagnen zu konzipieren und umzusetzen. Gleichzeitig war das Unternehmen auch auf der Suche nach besseren Möglichkeiten zur Segmentierung und Automatisierung von Kampagnen.

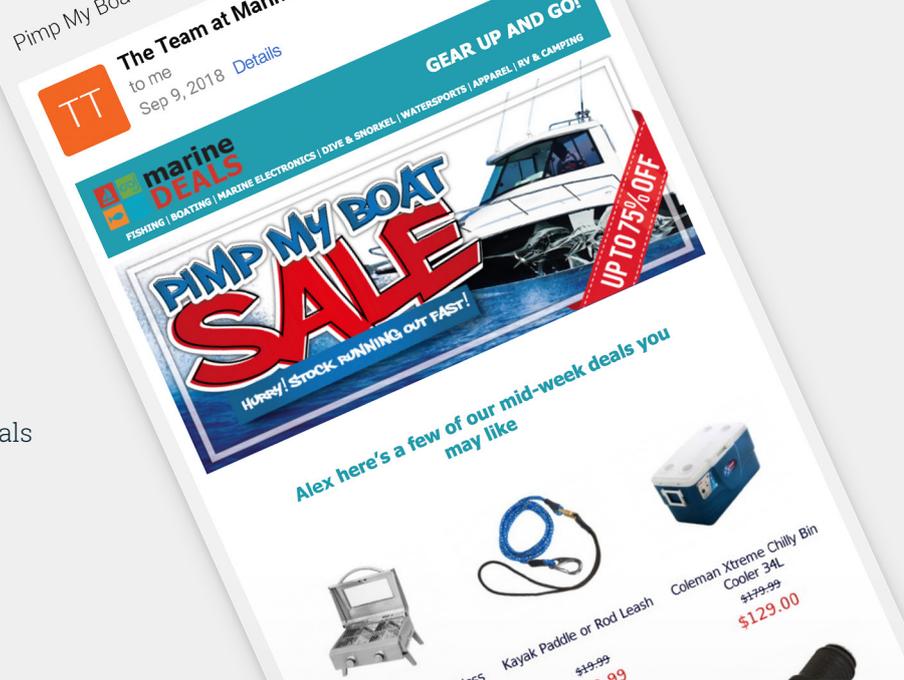
Angesichts der Tatsache, dass die E-Commerce-Branche in Neuseeland 2018 gegenüber dem Vorjahr um 10% gewachsen war, suchte Marine Deals nach entsprechenden Tools, oder sogar einer komplett neuen Plattform, um mit der Konkurrenz Schritt halten zu können. In erster Linie benötigte das Unternehmen aber einen Partner, der ein offenes Ohr für seine Wünsche hatte und auch ohne unnötig lange Verkaufsgespräche ein Gespür für das Business mitbrachte.

9 Jahre Geschäftstätigkeit

90.000 Kunden

„Personalisierung funktioniert wirklich. Uns gefällt das Konzept von Emarsys, bei dem E-Mail-Marketing und On-Site Recommendations integriert sind.“

– Graham Dekker, Managing Director, Marine Deals



Die Herausforderung

Die Kundendatenbank von Marine Deals wuchs zwar kontinuierlich, das Unternehmen hatte jedoch Schwierigkeiten, die einzelnen Kunden separat anzusprechen. Dies war vor allem dann ein Problem, wenn es darum ging, die profitabelsten Kunden zu kontaktieren. Customer Lifecycle Marketing sollte Abhilfe schaffen. Zu diesem Zweck wollte Marine Deals zwei mögliche Lösungen erproben: automatisierte Kundenbindungskampagnen und Produktempfehlungen.



Personalisierung basiert auf optimaler Segmentierung

Marine Deals verzeichnete eine hervorragende Reichweite mit Tausenden Kontakten in der Kundendatenbank. Doch es war schwierig festzustellen, welche Kunden am aktivsten und welche am inaktivsten waren und was das Unternehmen aktiv tun konnte, um seine Kommunikation mit beiden Gruppen zu verbessern. Der Schlüssel lag in der Segmentierung.



Arbeitsintensive Kampagnenerstellung

Die manuelle Konzeption einzelner E-Mail-Kampagnen war für Marine Deals äußerst zeitaufwendig. Dabei blieb wenig Spielraum, um die Wirkung dieser Kundenbindungsprogramme zu analysieren. Zusätzlich zur unzureichenden Leistungsanalyse war die Personalisierung von E-Mails ohne triggergesteuerte Automation nicht möglich.

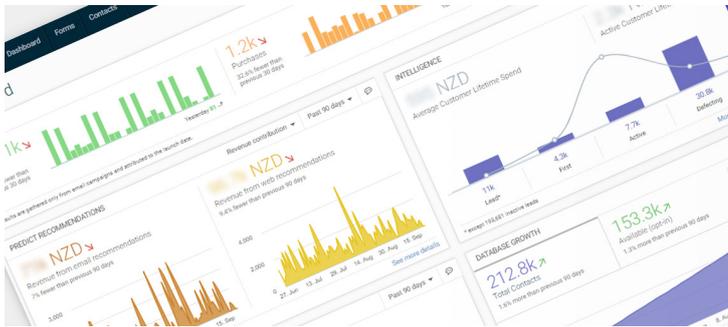


Steigerung von Kundeninteraktionen ohne Produktempfehlungen kaum möglich

Marine Deals erkannte die Wirksamkeit eines prädiktiven Programms, das einzelnen Kunden maßgeschneiderte Produkte empfehlen würde. Eine Epsilon-Umfrage ergab, dass 80% der Befragten bei einem personalisierten Käuferlebnis eher einen Kauf abschließen und dass die Wahrscheinlichkeit eines regelmäßigen Einkaufs bei diesen Unternehmen dreimal höher ausfällt. Maßgeschneiderte Empfehlungen spielen eine wesentliche Rolle bei der Bereitstellung eines personalisierten Erlebnisses - wie eine Monetate-Studie zeigte. Laut dieser Studie liegt die Kaufwahrscheinlichkeit eines Kunden, der eine Produktempfehlung erhält, ca. 70% höher als bei einem Kunden, dem kein Produkt präsentiert wird.

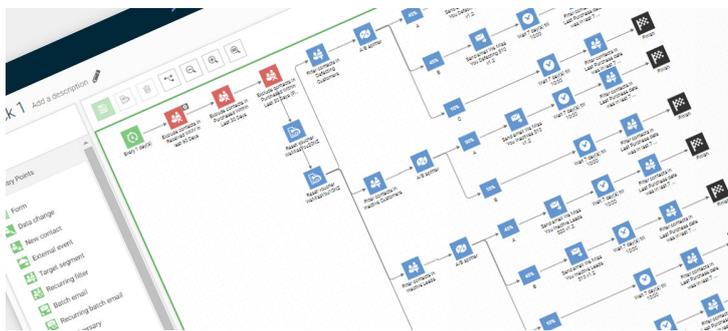
Die Lösung

Die Marketingplattform von Emarsys bot alle E-Mail-Tools, die Marine Deals benötigte. So ermöglichte etwa die Plattform eine Datenanalyse, anhand derer datengestützte Rückschlüsse darüber gezogen werden konnten, welche Kunden mit größter Wahrscheinlichkeit einen Kauf abschließen würden und warum.



Segmentierung nach Lifecycle-Phasen

Sobald die Emarsys-Plattform implementiert war, erkannte Marine Deals eine äußerst interessierte Gruppe von Leads und aktiven Kunden (21%). Bei einer genaueren Untersuchung der profitabelsten Kunden fand Marine Deals heraus, dass über die Hälfte des Umsatzes (72%) von dieser kleinen Gruppe stammte. Eine noch detailliertere Analyse offenbarte, dass aktive Kunden sehr viel häufiger konvertierten, als Kunden in anderen Lifecycle-Phasen (52%). Somit wusste Marine Deals, wo der Fokus seiner E-Mail-Kampagnen liegen sollte.



Automatisierte Kampagnen

Das Emarsys Automation Center schaffte neue Einnahmequellen für Marine Deals. Derzeit laufen sechs Kampagnen, die durch ein bestimmtes Kundenverhalten ausgelöst werden. Dazu zählen Kundenbindungs-, Win-Back- und Warenkorbabbruchs-Kampagnen. Ein weiteres Tool von Emarsys - die Versandzeit-Optimierung - ermöglichte dem Marketingteam die präzise Festlegung des Versandzeitpunkts von E-Mails auf Basis realer Daten.



Kunden mit Empfehlungen ansprechen

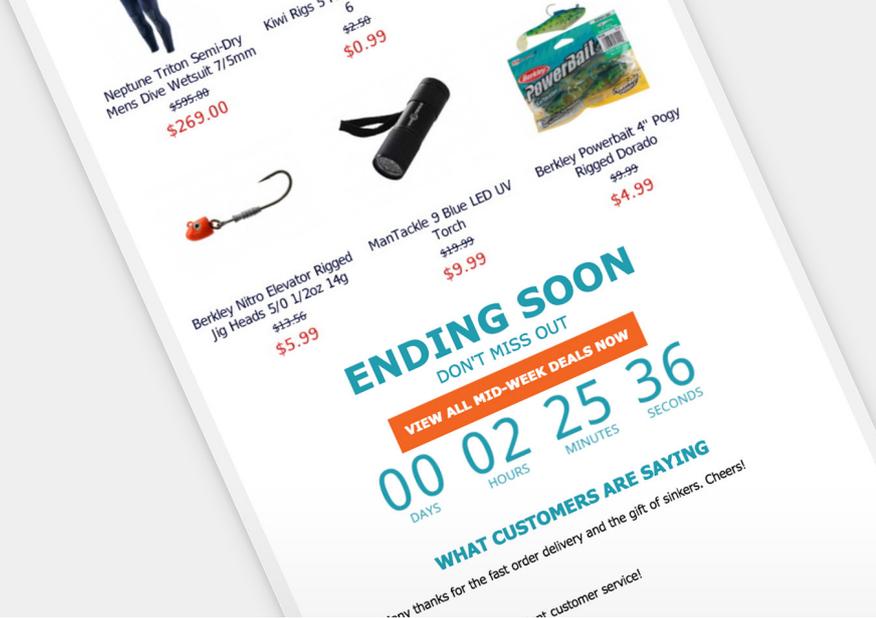
Bei der Nutzung zweier Tools der Emarsys-Plattform konnte sich Marine Deals von der Durchschlagkraft prädiktiver Produktempfehlungen überzeugen: In einem Zeitraum von 90 Tagen erzielte Web Recommender ein Umsatzplus von 6,7% (dieser Wert liegt über dem Wert der Top-Performer unter den Emarsys Kunden) und E-Mail Recommender brachte einen Umsatzzuwachs von 4,5% ein (vielmal so hoch wie bei den Top-Performern unter den Emarsys Kunden).

The website homepage for Marine Deals features a navigation menu and several promotional banners:

- Navigation Menu:** Includes categories like FISHING, BOATING, MARINE ELECTRONICS, DIVING & SNORKELING, WATERSPORTS, APPAREL, RV & CAMPING, HUNTING, and DEALS.
- Search Bar:** A search bar with the text 'Search for products, categories, ...'.
- FAST SHIPPING:** A banner stating 'FAST SHIPPING with CourierPost 95% orders shipped same day*'. Below it is a 'SHOP NOW!' button.
- nomad design:** A banner for fishing lures with the text 'Crafted by Experience' and a 'SHOP NOW!' button.
- Sign Up:** A banner with the text 'Sign up for' and a 'SIGN UP NOW!' button.
- 50% OFF:** A banner for 'ARONEX COSMOS BCD' with a '50% OFF' tag.

„Wenn die Automation stimmt, verhält sich dieser Prozess wie eine Geldmaschine. Wir sind begeistert von der Möglichkeit, intelligent wachsen und gleichzeitig relevantere Kundenkommunikation bereitstellen zu können.“

– Graham Dekker, Managing Director, Marine Deals



Die Ergebnisse

Im Laufe eines Jahres, in dem Marine Deals die Emarsys Marketing Plattform nutzte, konnte das Unternehmen viele seiner Ziele erreichen – von der Personalisierung seiner automatisierten Kampagnen über Produktempfehlungen bis hin zur Umsatzsteigerung durch den E-Mail-Kanal.

Identifizierung der besten Kunden

Mithilfe der Segmentierungs- und Datenanalysefunktionen im Smart Insight-Tool identifizierte Marine Deals seine besten Kunden (Platin). Diese gaben fünf- bis sechsmal mehr pro Bestellung aus als alle anderen Kundenkategorien. Damit fand sich der Internethändler in derselben Liga wie die erfolgreichsten Emarsys-Kunden.

Bessere Kundenbindung

Mithilfe des Automation Centers wurde die Konzeption und Terminierung zielgerichteter E-Mails für das Marketingteam von Marine Deals wesentlich vereinfacht. Dank der sechs laufenden Kampagnen verzeichneten E-Mail-Konversionen ein Plus von 19%, die Bindung aktiver Kunden stieg um 24% und die Win-Back-Rate wuchs um 9%.

Prädiktive Funktionen kurbeln den Umsatz an

Produktempfehlungen sind mittlerweile für 11,7% des Umsatzes verantwortlich - das ist doppelt so hoch wie der Branchendurchschnitt. Web Recommender allein macht mehr als die Hälfte dieses Wachstums aus. Marine Deals möchte diese Zuwächse mit den übrigen Tools der Plattform in naher Zukunft weiter erhöhen.

+ 19%

E-Mail-Konversionen

+ 24%

Bindung aktiver Kunden

+ 11,7%

Umsatz durch Produktempfehlungen



Marine Deals wurde im Oktober 2009 gegründet. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, Boots- und Fischereiausrüstung zu den niedrigsten Preisen anzubieten. Im Jahr 2013 wurde der Onlinehändler von Deloitte unter die 50 am schnellsten wachsenden Unternehmen Neuseelands gewählt. Den rund 90.000 Neuseeländern, die bei Marine Deals einkaufen, werden die Artikel normalerweise innerhalb von 24 Stunden ab der Auftragserteilung zugestellt, und oft noch am selben Tag. Das Lager des Unternehmens umfasst über 25.000 Angel-, Boots- und Tauchartikel der besten Marken. Und täglich werden es mehr. Alle Produkte werden mit einer umfassenden Herstellergarantie verkauft und Marine Deals ist mittlerweile für sein problemloses Rückgabeverfahren bekannt. Weitere Infos finden Sie auf **Marine Deals**.



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. Auf dieser Basis können Unternehmen ihre Marketingentscheidungen und -aktivitäten unabhängig von menschlichen Ressourcen gestalten. Seit seiner Gründung im Jahr 2000, unterstützt Emarsys mehr als 1.500 Unternehmen in über 1400 Ländern bei der erfolgreichen Kommunikation mit 3 Mrd. 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. Erfahren Sie mehr: **emarsys.com**.