



# PERSONALISIERUNG MIT OPEN TIME CONTENT

DYNAMISCHE INHALTE – FÜR MEHR KUNDENENGAGEMENT

## POSTERXXL: ERFOLG AUF EINEN BLICK

posterXXL konnte seine Daten erfolgreich zur Personalisierung von E-Mails, dem Arbeiten mit Zeitdruck bzw. Countdowns und der Steigerung des Kunden-Engagements einsetzen.

Der Markt für Printprodukte in Deutschland wurde stark von Offline-Printunternehmen dominiert. posterXXL positionierte sich als Mitbewerber mit einfacher Geschäftsabwicklung und wettbewerbsfähigen Preisen und suchte nach einer Möglichkeit, der Offline-Printbranche den Rang abzulaufen.

Im Hinblick auf Umsatz und Reichweite, war E-Mail für das Unternehmen der wichtigste Kanal. posterXXL wollte seinen

Interaktionsansatz optimieren und gleichzeitig seine Strategie auf andere Kanäle wie Mobilgeräte und Social Media ausweiten, um die Kundenbindung bei den VIP-Kunden zu steigern.

posterXXL verwendete bereits Segmentierungs-Tools und erweiterte diese nun um Personalisierung. Dadurch konnten beispielweise Kundennamen in E-Mails und dynamische Content-Funktionen eingefügt werden. Dies führte zu einem Anstieg der Öffnungsraten, Click-Through-Rates und durchschnittlichen Auftragswerten.

**2004 Gegründet**

beliefert Kunden in Deutschland, Österreich,  
Frankreich und den Benelux-Staaten

**Mehr als 80.000**

Kontakte

„Die Entscheidung, wann eine E-Mail verschickt werden soll, ist nicht einfach für uns. Sollen wir einen wöchentlichen Newsletter verschicken? Oder eine Geburtstagskampagne? Kleine Aufmerksamkeiten sind stets besser als eine Standard-Massenkommunikation. Aber ein Algorithmus, der verlässlich bestimmt, welche Kampagne versendet werden soll, wäre tatsächlich die größte Hilfe, um die Relevanz unserer Nachrichten und die Reaktionen unserer Kunden zu verbessern.“

— Martin Berky, CRM Team Manager, posterXXL



## DIE HERAUSFORDERUNG

Da Einzelhändler sowohl die Offline- als auch die Online-Märkte überfluten, wird es immer schwieriger, sich von den Mitbewerbern abzuheben. Als Printunternehmen musste sich posterXXL auf dem gesättigten deutschen Markt behaupten. Und trotz wettbewerbsfähiger & transparenter Preise und einer unkomplizierten Kaufabwicklung, musste das Unternehmen eine höhere Eigeninitiative ergreifen, um sich mit Hilfe des eigenen Kundenengagements von den Mitbewerbern absetzen zu können.

posterXXL nutzte zwar auch den mobilen und weitere Kanäle, jedoch stellte E-Mail den wichtigsten Interaktionskanal für das Unternehmen dar. Erschwerend hinzu kam, dass E-Mails seit Jahrzehnten ein vergleichsweise statisches Medium darstellen und sich Content oder Bilder nicht ohne weiteres aktualisieren lassen.

posterXXL benötigte eine skalierbare Lösung, die die Öffnungsraten und Click-Through-Rates für standardmäßig verschickte E-Mails an Kunden verbessern würde:



### PERSONALISIEREN VON BILDERN UND DESIGN

Bei einem One-size-fits-all-Ansatz wird allen Empfängern dasselbe Bild und Design angezeigt, unabhängig von den jeweiligen Präferenzen. posterXXL benötigte eine effizientere Lösung, um seine E-Mails an verschiedene Kunden besser anpassen zu können.



### AUTOMATISCHE PERSONALISIERUNG VON GLÜCKWÜNSCHEN UND E-MAILS ZU BESONDEREN ANLÄSSEN

Das Unternehmen war auf der Suche nach einer effizienten Möglichkeit, relevante E-Mails an seine Kunden zu schicken, ohne dass das eigene Marketingteam mit der manuellen Erstellung großer Nachrichtenmengen überlastet wäre. Die Antwort? Personalisierung.



### COUNTDOWN FÜR DEN KAUF

Zwar lassen sich auch mit Standard-E-Mails wichtige Nachrichten und Messages übermitteln, aber diese Nachrichten sind unveränderbar, sobald die E-Mail verschickt wurde. posterXXL suchte nach einer Möglichkeit, seine E-Mails dynamischer zu gestalten. Genauer gesagt: eine Methode, die zusätzliches Kaufinteresse beim Kunden wecken würde. Wie könnte das aussehen? Der Kunde erhält eine Benachrichtigung, dass nur noch drei Tage zum Kauf eines Artikels verbleiben. Kombiniert wird diese Benachrichtigung mit einem Countdown, der die verbleibende Zeit anzeigt.

# DIE LÖSUNG

posterXXL entschied sich für eine Technologielösung. Da das Unternehmen bereits die Emarsys-Marketingplattform und Produkte wie Web Extend nutzte, sah sich posterXXL alle weiteren verfügbaren Features und Tools genau an und testete Open Time Content. Open Time Content ermöglicht das automatische Personalisieren von E-Mails, sowie das Einbetten dynamischer Inhalte, die sich jedes Mal selbst aktualisieren, sobald die E-Mail geöffnet wird.

Mithilfe dieser Emarsys-Tools, konnte posterXXL schon über den E-Mail Kanal wesentlich bessere Interaktionen mit seiner breiten Zielgruppe erzielen:



## 1. ANSPRECHENDE BILDER UND ATTRAKTIVES E-MAIL-DESIGN

Mit der Emarsys-Lösung konnte posterXXL passende Bilder in seine Nachrichten einbinden und so unterschiedliche Segmente - beispielsweise Männer und Frauen - optimal ansprechen. Das Unternehmen konnte zudem seine E-Mail-Designs weiter präzisieren und so herausfinden, welches Design zu einer besseren Interaktion führte. Alle Ergebnisse ließen sich über die Emarsys-Plattform logisch nachverfolgen und abbilden.



## 2. AUTOMATISCHE ERSTELLUNG VON E-MAILS ZU BESONDEREN ANLÄSSEN

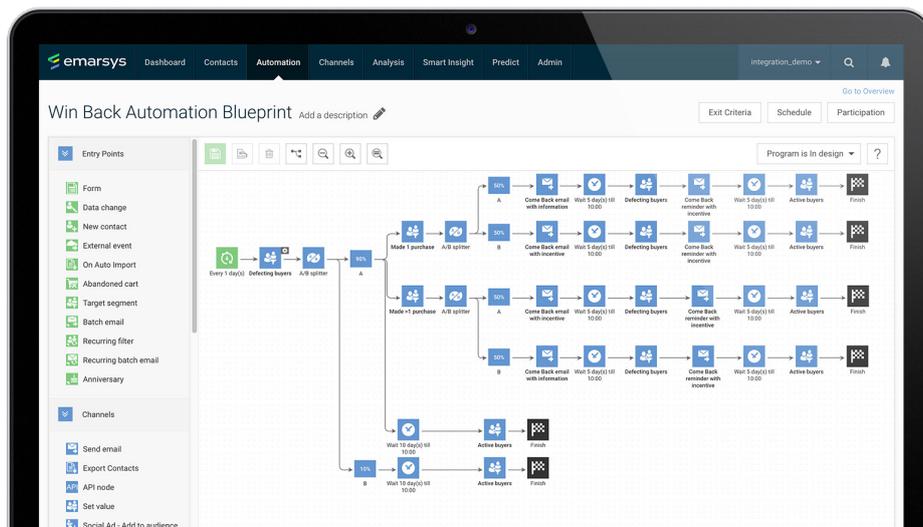
Standard-E-Mails mit der Begrüßungsformel „Hallo [Vorname]“ gehören der Vergangenheit an. Mithilfe der Emarsys-Plattform automatisierte posterXXL E-Mails zu besonderen Anlässen wie Geburtstag oder Jubiläen, bei denen der Name des Kunden in den Text mit integriert wurde. Mit der Emarsys-Lösung konnte das Unternehmen wichtige Variablen wie Kundennamen oder andere entsprechende Personalisierungen in Produkt- bzw. Bild-Design einbetten. Diese individualisierte Ansprache erzielte nicht nur ein höheres Kundenengagement, sondern verbesserte auch langfristig die Kundentreue.



## 3. COUNTDOWNS FÜR MEHR SPANNUNG UND KAUFABSCHLÜSSE

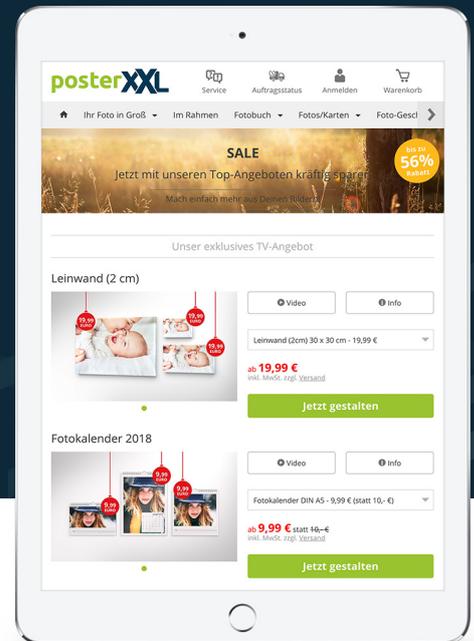
Nichts bewegt Kunden stärker dazu, ein einmaliges oder besonderes Angebot zu nutzen, als ein Countdown der langsam abläuft. posterXXL testete dieses Format durch eine E-Mail, die mit einem automatischen Countdown arbeitete. Das Szenario: Bei jeder E-Mail Öffnung wird der Countdown automatisch aktualisiert und zeigte die verbleibende Zeit für das entsprechende Angebot an.

posterXXL konnte hervorragende KPIs verzeichnen: Die Öffnungsraten und Click-Through-Rates verbesserten sich und auch die Konversionsraten und die durchschnittlichen Bestellwerte entwickelten sich durchweg positiv.



„Unser übergeordnetes Ziel ist es, den Dialog für jeden Kunden zu personalisieren. Und genau das haben wir mit Emarsys erreicht. Die Automatisierungsprogramme, die Personalisierungsfunktionen, das individuelle Targeting usw. - das funktioniert alles hervorragend. Was ich gerne vertiefen möchte, ist die Implementierung von Machine Learning in das System.“

- Martin Berky, CRM Team Manager, posterXXL



## DIE ERGEBNISSE

**Bereits nach wenigen Monaten konnte posterXXL dank Open Time Content einen Anstieg an Interaktion und Engagement mit seinem Kundenstamm verzeichnen.**

Eine E-Mail, die für alle Kunden einen 40%igen Rabatt anbietet, kann durchaus einige Konversionen erzielen. Sinnvoller ist es aber, mit personalisierten E-Mails zu arbeiten, die z.B. den Namen des Kunden enthalten, oder einen Glückwunsch zum Geburtstag oder Jahrestag übermitteln. posterXXL nutzt diese Art der Personalisierung und kann so seine E-Mails auch schon auf einfache Art & Weise personalisieren und aktiv Öffnungsraten und Kaufabschlüsse verbessern. Zusätzlich ist posterXXL nun in der Lage, das Design seiner E-Mails und die verwendeten Bilder & Grafiken zu testen und so herauszufinden, welches Design für welchen Kunden am ansprechendsten ist.

Eine der wichtigsten Funktionen von Open Time Content ist das Einbetten von dynamischen Inhalten in jede beliebige E-Mail. Mithilfe von AB-Tests konnte posterXXL einen komplett integrierten Countdown-Timer in seine E-Mails einbauen und so individuell anzeigen lassen, wie viele Tage und Stunden noch bis zum Ablauf eines Angebots verbleiben. Das Ergebnis? Die Engagement-KPIs verbesserten sich nachhaltig.

Nach dem Erfolg mit Open Time Content im E-Mail Bereich, dehnte posterXXL seine Personalisierung auch auf den mobilen Kanal aus und implementierte bereits erfolgreich Push-Benachrichtigungen in seiner App. Als nächstes stehen die sozialen Netzwerke auf dem Programm und posterXXL sucht bereits nach Möglichkeiten, die Kundenbindung von high-value Kunden auch hier zu verbessern.

**+20%**

Öffnungsrate

**+40%**

Click-Through-Rate

**+5%**

durchschnittlicher Bestellwert

**posterXXL**

posterXXL wurde 2004 in München gegründet und ist eines der führenden Unternehmen im E-Commerce-Bereich. 2015 wurde das Unternehmen von der PhotoBox Group aufgekauft und beliefert momentan Kunden in Deutschland, Österreich, Frankreich, Belgien, den Niederlanden und Luxemburg. PhotoBox verfügt zudem über eine starke Marktpräsenz in Frankreich und Großbritannien. posterXXL bietet einfache Prozesse für Online-Druckservices und überzeugt durch wettbewerbsfähige Preise. Das Unternehmen produziert personalisierte Printprodukte, Fotobücher, Poster, Karten und Kalender.

[www.posterxxl.de](http://www.posterxxl.de)

**emarsys**

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.

[www.emarsys.com](http://www.emarsys.com)