emarsys

士多 ZTORE

Der Umsatz des E-Commerce-Supermarkts Ztore steigt dank E-Mails um 600%

Wie Echtzeit-Segmentierung und Personalisierung das Engagement steigern

Der Erfolg von Ztore im Überblick

Ztore möchte seine Kunden in seinen E-Mails als Individuen ansprechen, doch eine manuelle Personalisierung ist nicht skalierbar. Ztore konnte dieses Problem nicht durch mehr Manpower lösen. Das Unternehmen benötigte stattdessen bessere Tools, die es den eigenen Marketern ermöglichen würden, effizienter zu arbeiten.

Als Online-Supermarkt mit Firmensitz in Hongkong unterscheidet sich Ztore von seiner Konkurrenz, indem das Unternehmen seinen Kunden eine einfache Möglichkeit bietet, hochwertige Lebensmittel und Haushaltswaren online einzukaufen, ohne dass Kunden an der Kasse Schlange stehen und die Waren nach Hause transportieren müssen. Das Unternehmen bietet für die eigenen Produkte Lieferungen nachhause, oder an Abholstationen an. Viele der angebotenen Produkte werden sozial verantwortlich und lokal hergestellt. Darüber hinaus haben Kunden eine hohe Flexibilität bezüglich der Lieferoptionen.

Das eigentliche Ziel von Ztore bestand in erster Linie in der Steigerung der Konversionsraten - und eine bessere Personalisierung erschien dafür eine exzellente Strategie zu sein. Das Problem? Es war unmöglich, mit einer begrenzten Anzahl von Mitarbeitern und einer fast unendlichen Anzahl von zu interpretierenden Datenpunkten, eine datengestützte Strategie in Echtzeit umzusetzen.

Je schneller Daten fließen, desto schneller muss ein E-Commerce-Marketingteam handeln. Doch jeden Tag werden mehr Daten generiert, als Menschen manuell sortieren und auswerten können. Jeder Kunde erfordert Segmentierung und – wo möglich – Automatisierung. Und der Bedarf an Genauigkeit steigt, je tiefer man in ein Segment eindringt. All dies mit traditionellen analytischen und statistischen Werkzeugen zu berechnen, war unmöglich. Ztore suchte nach einer Technologie-Lösung, die ihnen erlauben würde, diese Art der datengestützten Analyse zu skalieren.

Eingeschränktes Funnel-Targeting

Keine analytischen Tools

um Verkaufsdaten mit E-Mail/Sozialen Medien in Verbindung zu bringen

“Emarsys unterstützte uns dabei, unsere Customer Journey für unsere Nutzer reibungsloser zu gestalten. Durch die Ansprache von Kunden in Echtzeit, sind wir in der Lage, personalisierte und spezifische Inhalte zu erstellen, die unsere Kunden zum passenden Zeitpunkt erreichen.“

— Silver Wong, Head of Product and Marketing, Ztore Hongkong

Die Herausforderung

Es kann für kleinere oder lokale Marken durchaus schwierig sein, sich gegen viele große Marken in der E-Commerce-Branche durchzusetzen - und Ztore stellt keine Ausnahme dar. Da Giganten wie Amazon, Target oder Wal-Mart die Online-Lebensmitteleinkaufsbranche dominieren, musste Ztore die Interaktion mit seinen Kunden angenehmer gestalten. Doch die Skalierung der Segmentierung und der personalisierten E-Mail - die notwendig war, um dies zu erreichen - lag außerhalb seiner Möglichkeiten. Das Unternehmen benötigte eine Technologie-Lösung, die benutzerfreundlich und leistungsstark in puncto Skalierbarkeit ist.

Die Interaktion mit jedem Kunden personalisieren

Eine Herausforderung bestand darin, die Konversionsrate von Ztore zu steigern. Hohe Konversionsraten spiegeln wieder, dass Sie mit Ihren Kunden zur richtigen Zeit und mit dem richtigen Inhalt kommunizieren. Anstatt weiter Batch-and-Blast-E-Mails zu versenden, die nicht präzise auf Produkte oder Stationen der Customer Journey ausgerichtet sind, bestand der erste Personalisierungsschritt von Ztore darin, E-Mail-Inhalte zu erstellen, die mit individuellen Kunden resonierten. Doch mit der Zunahme an Datenmengen, die jede Sekunde in das System strömten, konnte das Marketingteam von Ztore die Kundendaten nicht mehr schnell genug analysieren, um in Echtzeit zu reagieren.

In jeder Phase des Funnels Kunden segmentieren

Ztore stand vor einem bekannten Problem: das Unternehmen besaß kein All-in-One-Analysewerkzeug, das ihnen dabei helfen konnte, E-Mails zu erstellen und Inhalte einzufügen, welche die Kunden an bestimmten Stationen im Sales-Funnel zum Zeitpunkt der optimalen Aufnahmefähigkeit erreichen würden. Die für diese Art der Segmentierung nötige Manpower ist einfach nicht kosteneffektiv. Entweder mussten E-Mails anhand komplexer manueller Segmentierung mit enggesteckten Deadlines erstellt werden, oder aber als Massen-Kampagne an den Top-of-the-Funnel geschickt werden.

Kampagnen schneller umsetzen

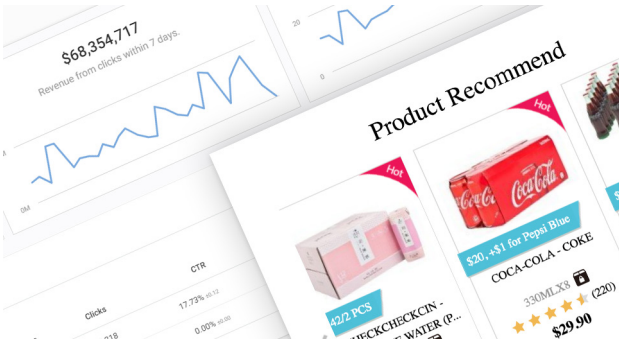
Wenn die Aufgabe, Kampagnen zu erstellen und zu lancieren, über die Kapazitäten eines Marketingteams hinauswächst, müssen Entscheidungen getroffen werden: Eine Blast-Kampagne in der Originalform starten? Oder auf die Kunden beschränken, die Sie ansprechen möchten? Doch unabhängig davon, wie viele Mitarbeiter Sie in Ihrem Team haben, können Sie niemals das Maß an Segmentierung erreichen, das notwendig ist, um alle Kunden mit den Inhalten zu erreichen, die genau den Punkt thematisieren, an dem sich der Kunde momentan im Sales-Funnel befindet.

Die Lösung

Die Lösung, nach der Ztore suchte, musste die eigene Fähigkeit, Kunden individuell ansprechen zu können, erheblich verbessern. Ideal wäre ein Partner, der nicht nur die spezifischen Werkzeuge zur Erstellung und Verwaltung von automatisierten E-Mail-Kampagnen anbieten, sondern ebenfalls über eine Plattform verfügen würde, die die Echtzeit-Analyse von Daten unterstützt. An diesem Punkt kam Emarsys ins Spiel.

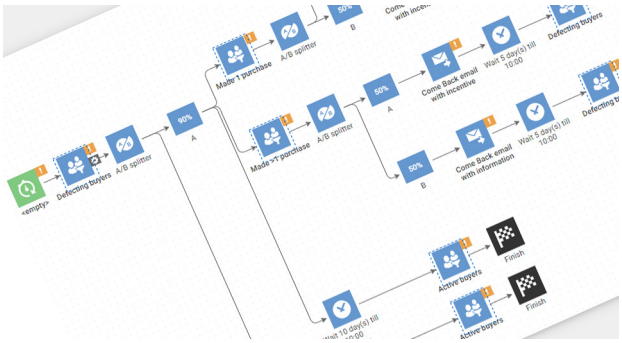
Eine Plattform, die Segmentierung bewältigen kann

Um höchste Genauigkeit bei der Kundenansprache zu erhalten, suchte Ztore nach einer Plattform, die die Segmentierung von Kunden in Echtzeit mit einbezog. Dies erhöhte nicht nur die Genauigkeit beim initialen Targeting, sondern ebenfalls beim Retargeting. Ztore bemerkte schnell, dass die Fähigkeit, Segmente vor der Versendung von E-Mails aktualisieren zu können, äußerst nützlich für sein elektronisches Direktwerbungsprogramm war. Das Tool Smart Insight, welches sowohl Kontaktkriterien als auch Datenanalyse umfasst, eliminierte den komplizierten Segmentierungsprozess mit unhandlichen statistischen Werkzeugen und bot Ztore zusätzlich eine größere Flexibilität in der Art und Weise, wie die Zielgruppen unterteilt werden konnten.



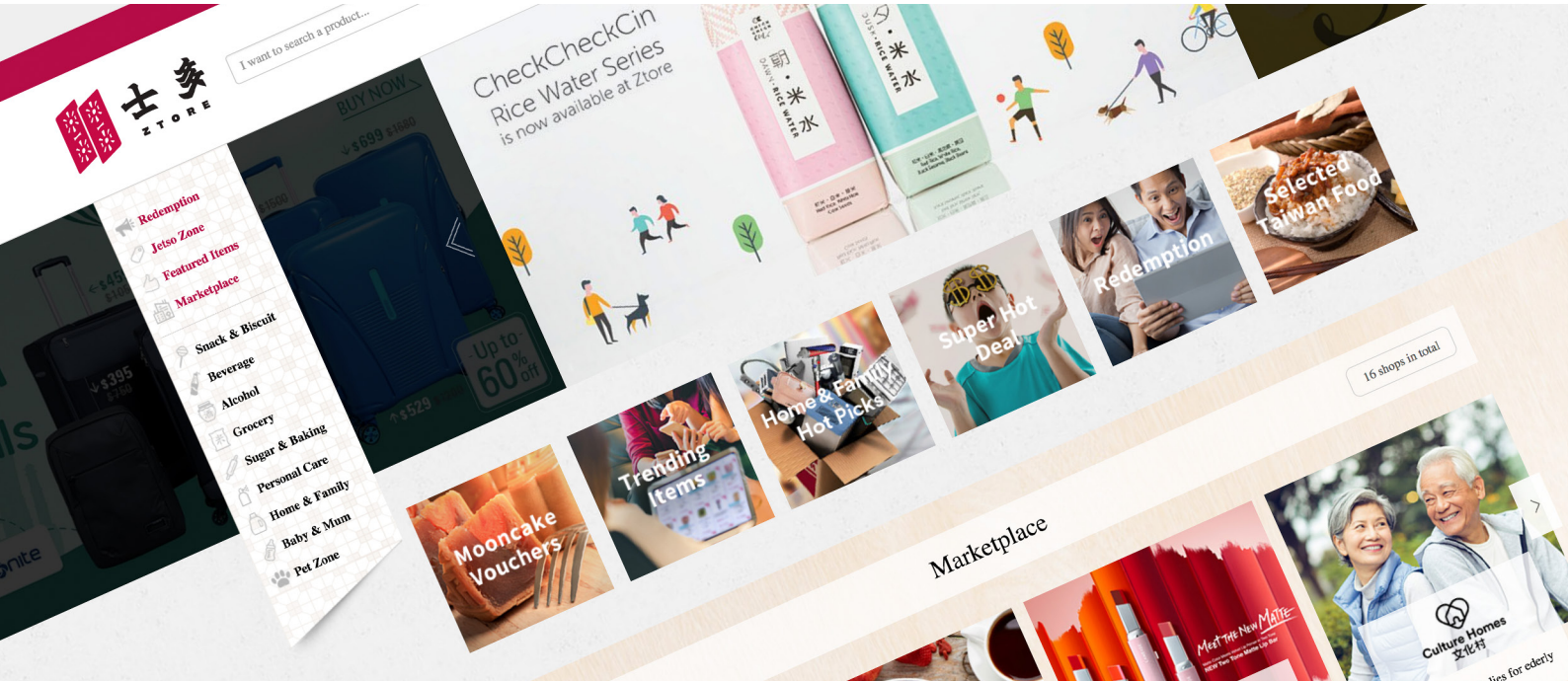
E-Mails mit weit größerer Genauigkeit nutzen

Personalisierung benötigt mehr Daten, als Menschen zeitnah bearbeiten können. Und Ztore wusste, wie einflussreich personalisierte Felder im monatlichen eNews-Letter - der im Rahmen des Treueprogramms versandt wurde - sein würden. Eins der wichtigsten Emarsys-Tools für Ztore war der E-Mail Recommender: Ztore nutzte das Tool, um seinen Mitgliedern die passendsten Produkte zu empfehlen. Ein weiteres Tool - das Automation Center - ermöglichte Ztore die Verwendung von SMS- und CRM-Ads als zusätzliche Targeting-Funktionen. Dies war etwas, das keiner der anderen Konkurrenten in petto hatte; und das, obwohl sich die Funktion als außerordentlich effektiv erwies, um Nutzer zu reaktivieren, die sich aus dem Newsletter abgemeldet hatten.



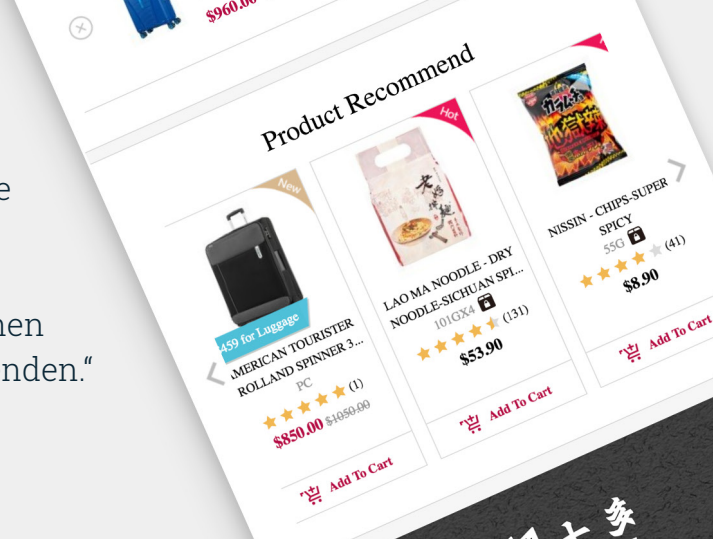
Erhöhte Effizienz des Marketingteams

Neben der Verbesserung der Kundenerfahrung durch Personalisierung, stellte die Emarsys-Plattform, bzw. das Automation Center, Ztore eine Möglichkeit zur Verfügung, mit der das firmeneigene Marketingteam langfristig strategischer arbeiten konnte. Das Automatisieren der E-Mail-Kampagnen benötigte weniger Zeit und Aufwand als das tägliche, separate Aufsetzen dieser Kampagnen. Die Automatisierung gab Ztore ebenfalls eine hohe Flexibilität bei der Entwicklung von Aktionsplänen für seine Kunden in jeder Phase der Customer Journey.



"Die Ergebnisse waren sogar besser, als wir erwartet haben. Der Email Recommender verkürzte die Zeit, die zur Erstellung von E-Mail-Kampagnen benötigt wurde, erheblich. Wir haben heute verschiedene automatisierte Programme und können jederzeit problemlos ungeplante Kampagnen versenden."

— Silver Wong, Head of Product and Marketing, Ztore Hongkong



Die Ergebnisse

Nach einem Jahr mit Emarsys performen die E-Mail-Kampagnen von Ztore - dank der vielseitigen Funktionen für Segmentierung und Automatisierung und den sich daraus ergebenden Möglichkeiten zur Personalisierung der Inhalte - außergewöhnlich gut. Gleichzeitig erhalten die unternehmenseigenen Marketer mehr Zeit für strategische Planungen.

Die Feuerprobe der Implementierung

Die erste Herausforderung bei Ztore bestand darin, die eigenen Daten mit der Emarsys-Marketingplattform zu synchronisieren, was ein kompliziertes Verfahren war. Doch als das Implementierungsteam von Emarsys zusammen mit dem Unternehmen die einzelnen Probleme anging, erkannte Ztore, dass auf seine Anliegen eingegangen und Probleme viel schneller gelöst wurden als bei anderen Anbietern. Ztore musste nicht tagelang auf die Rückmeldung des Emarsys-Supports warten. Und als Ztore mit den Tools vertrauter wurde, wurde deutlich, dass die Partnerschaft mit Emarsys die richtige Entscheidung gewesen war.

Präziseres Targeting

Die Emarsys-Lösung erlaubte es Ztore, seine Zielgruppe in Segmente zu untergliedern, wie es noch nie zuvor möglich gewesen war. Das CRM-Ads-Tool befähigte Ztore, Kunden basierend auf deren Reaktionen auf E-Mails bei Facebook und Google gezielt anzusprechen. Ztore war es auch möglich, den Prozentsatz seiner Kunden zu bestimmen, die über diese Plattformen erreicht werden konnten. Das Einschätzen der Größe einer Zielgruppe wurde so sehr viel einfacher. Auch das Performance-Monitoring war nun zweckdienlicher und ermöglichte Ztore die Überwachung der Trends in Echtzeit.

6-fache Umsatzsteigerung aus E-Mails bei geringerem Zeitaufwand

Konversionen beweisen, dass Ihre Inhalte die richtigen Personen erreicht haben. Mit Hilfe des Automation Centers erzielte Ztore einen enormen Anstieg der Konversionen um 20% und einen überwältigenden Anstieg des Umsatzes aus E-Mails um 600%. Gleichzeitig verbrachte das Marketingteam von Ztore deutlich weniger Zeit mit der Erstellung von Kampagnen und der Überwachung von deren Performance.

+600%	+20%	+22–25%
Umsatz durch E-Mails	Konversionsrate	Öffnungsraten

Der Begriff "Shi-duo" (Hongkong-Store) leitet sich vom englischen Wort "Store" ab. Ein traditioneller Shi-duo ist klein und schlicht gehalten, bietet jedoch ein umfangreiches Produktangebot mit einer klaren Fokussierung auf regionale Kunden. In der Vergangenheit bot ein Shi-duo seinen Kunden verschiedene Services an, wie Vorbestellung, Lieferung oder Kauf auf Kredit. Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft sind die wichtigsten Assets eines Shi-duo, da diese in den gigantischen Supermärkten von heute kaum noch zu erfahren sind.

Die Mission von Ztore ist die Erhaltung und Fortsetzung eines ähnlich persönlichen Services mithilfe moderner Technologien, um seinen Kunden eine One-Stop-Lösung anzubieten. Ztore.com bietet ein Online-Einkaufserlebnis, bei dem Kunden die schnellsten und bequemsten Kaufmethoden auf einer kosten- und zeiteffizienten Online-Shopping-Plattform mit einem hochqualitativen Lieferservice genießen können. Weitere Infos finden Sie auf **ztore.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. Auf dieser Basis können Unternehmen ihre Marketingentscheidungen und -aktivitäten unabhängig von menschlichen Ressourcen gestalten.

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.**