

EASY  
PARA  
PHARMA  
Cie  
*de bon conseil c'est si facile!*

# Transformation von Geschäftsergebnissen mit einer integrierten Lösung und einem leistungsstarken Partner

Erfolgsergebnisse von Easyparapharmacie innerhalb von 12 Monaten:

**5x**

höhere Einnahmen aus automatisierten Kampagnen

**101%**

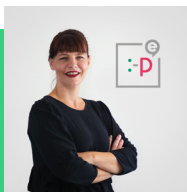
mehr Konvertierungen von Leads in aktive Kunden

**+55%**

Reaktivierung ehemaliger Kunden

**+45%**

Einnahmen aus Ad-hoc-Kampagnen



“ Dank ergonomischer Lösungen und eines benutzerfreundlichen Ansatzes haben wir einen wertvollen Zeitgewinn erzielt und können global auf 360° kommunizieren. Wir können zum Beispiel digitale Kommunikationen und reaktionsschnelle E-Mails problemlos integrieren. Die Plattform von Emarsys macht uns das Leben leichter, was bei unseren früheren Anbietern nicht der Fall war”.

– Gaëlle Dauger, Managing Director bei Easyparapharmacie



“ Die Unterstützung durch Emarsys ist hervorragend. Unsere Kontakte bei Emarsys sind sehr präsent und erreichbar und haben mir dabei geholfen, meine CRM-Ziele und meine Roadmap für das Jahr genau zu definieren. So viel Unterstützung hatte ich bei den vorherigen Anbietern, mit denen ich zusammengearbeitet habe, noch nie”.

– Lisa Frédéric, CRM Manager bei Easyparapharmacie

## Das Unternehmen

Easyparapharmacie ist die führende Online-Apotheke in Frankreich. Das 2007 in Nizza gegründete Familienunternehmen verfügt heute über eine globale Präsenz, einen Produktkatalog mit 25.000 Produkten und arbeitet mit 800 Marken der größten pharmazeutischen Laboratorien zusammen. Mit einem Umsatz von 27 Mio. Euro im Jahr 2019 - 20% mehr als im Vorjahr - erwartet Easyparapharmacie für 2020 einen Umsatz von 30 Mio. Euro.

## Das Ziel

Das Ziel von Easyparapharmacie ist die Vergrößerung des Kundenstamms durch eine vermehrte Ansprache neuer demographischer Gruppen und durch die Optimierung des Customer-Lifetime-Values. Die Schwerpunkte des Teams liegen dabei auf der Optimierung des Treueprogramms, der Steigerung des eigenen internationalen Wachstums und der Steigerung der Attraktivität des Markenimages für ein breiteres Publikum.

## Die Herausforderung

Bisher nutzte Easyparapharmacie eine renommierte Marketing-Cloud und benötigte kontinuierlich zahlreiche technische Ressourcen zur Umsetzung und Optimierung der eigenen Marketingaktivitäten. Der damit verbundene Zeit- und Kostenaufwand ließ sich nicht in die vom Unternehmen erhofften Renditen verwandeln. Nur sehr wenige Automationen waren möglich und somit verbrachte das Team sehr viel Zeit damit, regelmäßig manuelle Aufgaben auszuführen. Schließlich wurde die Segmentierung nicht optimiert, wodurch die Auswirkungen der CRM-Aktivitäten kaum sichtbar wurden und es zudem unmöglich war, Kunden sowohl individuell als auch als Gruppe zu sehen und zu verstehen.

Easyparapharmacie integrierte Emarsys unter Berücksichtigung folgender Ziele:

- Sämtliche Kanäle (E-Mail, Website, Social Media und SMS) werden in einer einzigen Plattform integriert, wodurch das Navigieren zwischen verschiedenen Tools entfällt.
- Die auf einer einzigen Plattform gespeicherten Daten bieten durch Lifecycle Analytics und Segmentierung eine verbesserte 360-Grad-Ansicht auf Kunden.
- Mit Hilfe besserer Personalisierungs-Tools kann das Team E-Mail- und Website-Besuche mit gezielten Automationen, wie z.B. Produktempfehlungen, personalisieren.
- Das Magento-Plug-in bietet eine zuverlässige Verbindung mit strategischen E-Commerce Aktivitäten.



## Die Ergebnisse

Zwischen Januar und April 2020 stiegen die Einnahmen im Bereich CRM im Vergleich zum Vorjahr um 62%. Automatisierte Journeys stiegen von 2% auf 8% und brachten 5x mehr Einnahmen. Diese Automationen konzentrierten sich auf kritische Phasen des Lifecycles, wie zum Beispiel die Begrüßung neuer Abonnenten (führte zu +101% Conversions von Leads in aktive Kunden) und die Rückgewinnung ehemaliger und inaktiver Kunden (55% der ehemaligen Kunden wurden aktiv). Abgebrochene Browse- und Warenkorbprogramme wurden ebenfalls aktiviert, wodurch die durch Automationen generierten Einnahmen um bis zu 15% gesteigert werden konnten (gegenüber 3% vor der Zusammenarbeit mit Emarsys). Ad-hoc-Kampagnen verbesserten den Umsatz durch verbesserte Personalisierung um 45%. Dank der Benutzerfreundlichkeit und der erweiterten Segmentierung ist das Team in der Lage, doppelt so viele Kampagnen an verschiedene Segmente zu senden, wobei die Öffnungsraten um 125% und die Click-Through-Rates um 225% gesteigert wurden.



“ Wir nutzen Product Affinity Reporting und teilen die daraus gewonnenen Erkenntnisse mit unseren Partnern aus den Laboratorien. Auf diese Weise können wir ihnen bei den Strategien, die wir ausrollen, effektivere Anweisungen liefern. Zudem verwenden wir Lifecycle Analytics zum besseren Verständnis unserer Zielgruppe und für die Gestaltung unseres Treueprogramms. Emarsys kommt insbesondere bei unserem Kundenbindungsprogramm zum Einsatz.

— Mélanie Troaino, Marketing Director bei Easyparapharmacie

Ad-hoc-Kampagne:  
Newsletter Organic  
Month: The Favorites

**3,8% der Einnahmen  
im April 2020**

Automatisierte Kampagne:  
Willkommens-E-Mail

**5,3% der Einnahmen  
im April 2020**

