

2,5x mehr Erfolg in einer Omnichannel Retail-Welt*

Es gibt eine ganze Bandbreite an Daten, die durch Kundeninteraktionen online, offline, mobil und im Callcenter generiert werden.

Doch mit den richtigen Insights und Use Cases für den Einzelhandel helfen wir Ihnen dabei, die Geschäftsergebnisse mit Ihrer Marketing-Execution abzustimmen, indem wir Ihnen die richtigen Wachstumschancen zur richtigen Zeit präsentieren.

So haben Sie mehr Zeit, sich auf die Beschleunigung Ihrer Geschäftsergebnisse zu konzentrieren.

Ein "Leader" in dem Forrester Wave™ CCCM, Q4 2019 Report für „die Orchestrierung von 40% mehr Kanälen pro Implementierung als jeder andere Anbieter der Studie“.

Emarsys bietet kundenorientierte Personalisierung über sämtliche Kanäle und Touchpoints hinweg - konsistent und optimiert durch AI.

Mit integrierten Use Cases für die Retail-Branche, die sich an relevanten Geschäftsergebnissen orientieren, beschleunigen Sie Ihre Time-to-Value und verbessern die Kundengewinnung, Wiederholungskäufe und den Customer-Lifetime-Value.

Die Personalisierungsplattform von Emarsys nutzt eine breite Palette benutzerdefinierbarer Templates, um den Bedürfnissen sowohl nicht-technischer als auch technischer Anwender gerecht zu werden und die Time-to-Value für die Kunden zu beschleunigen.

Gartner 2020 Magic Quadrant für Personalization Engines



*<https://customerthink.com/why-only-21-of-marketers-can-measure-revenue-contribution/>

**Emarsys wurde im Gartner Magic Quadrant für Personalization Engines '20 und der Forrester CCCM Wave, '19 als "Leader" eingestuft

Kundenorientierte Personalisierung - online, offline und mobil, optimiert durch AI

Profitables Wachstum mit geschäftsspezifischen Metriken, die die Performance optimieren

Steigerung des Customer-Lifetime-Values

Umsatzsteigerung offline, online, mobil und über Callcenter



Skalierung der Personalisierung für jeden Kunden über den gesamten Customer Lifecycle

Identifizierung von mehr In-Store-Kunden

Auswertung des Omnichannel-Impacts auf Verkäufe

24% Steigerung des durchschnittlichen Bestellwerts durch integrierte Omnichannel-Strategien*

*Erzielt durch Sally Europe

 sallyeurope



43% Online-Verkäufe im Vergleich zum Vorjahr

24% Durchschnittlicher Bestellwert

20% Monatliche Umsätze, die auf digitale Kommunikationen zurückzuführen sind

[Success Story lesen](#) ▶

33% Mehr Website-Besucher

110% Einnahmen aus Automationen

10% Aktive Lifecycle-Kampagnen

[Success Story lesen](#) ▶



Das Schöne an Emarsys ist, dass sie uns immer einen umsetzbaren nächsten Schritt zur Durchführung unserer automatisierten Marketingkampagnen bieten.

Jade Lau, Digital Commerce Senior Manager, Nike Hongkong

Von der Auswertung des Impacts, den Ihre Omnichannel Retail-Strategie auf Ihr Business hat

Erzielen Sie **planbare** Geschäftsergebnisse

Beschleunigen Sie den Customer-Lifetime-Value

Bauen Sie dauerhafte und loyale Kundenbeziehungen auf - durch die Priorisierung der Kundenidentifikation, online und offline

Steuern Sie die eingegangenen Bestellungen - von offline zu online, und online- zu offline

Messen Sie die Auswirkungen Ihres digitalen Marketings über sämtliche Vertriebs- und Marketingkanäle



Zur Beschleunigung des Wachstums mit 1:1 Personalisierung, die durch integrierte Use Cases unterstützt wird

Konvertieren Sie mehr Kunden in kürzerer Zeit - mit hochleistungsfähigen Use Cases

Profitieren Sie von **integrierten, personalisierten Omnichannel-Strategien** für jede Stufe des Customer-Lifecycles

Liefern Sie eine **einheitliche, kundenorientierte und personalisierte Erfahrung** - online, offline und mobil

Maximieren Sie die Rentabilität von Use Cases mit den Schwerpunkten: **Erstkäufer zu Wiederholungskäufer, Kundenrückgewinnung, Nachbestellungen und Preissenkung**, sowie Produktanalytik

Aktivieren Sie schnell verschiedene Use Cases: online zu offline, und offline zu online - für höhere Verkaufszahlen online, offline, und auf dem mobilen Kanal.



Kontinuierliche Optimierung der Ergebnisse mit AI

<p>Convert hot leads Get Started Identify leads who are likely to convert and drive their first purchase with a targeted incentive.</p>	<p>Leads Research Online Purchase Offline In Design Encourage leads who have researched products online to make their first purchase in-store</p>	<p>Leads Winback Inactive Get Started Engage inactive leads one last time to try to win them back.</p>
<p>Leads likely to go cold Get Started Catch leads before they go cold and drive them to the first purchase.</p>	<p>Welcome (new contacts) In Design Welcome your newest contacts and make a great first impression.</p>	<p>Onboarding (Loyalty) In Design Welcome new loyalty members</p>

Nutzen Sie mehr als 30 bewährte Omnichannel Retail-Use Cases für exakt die Geschäftsergebnisse, die für Ihr Unternehmen entscheidend sind.

