



E-Mail- & Data-Driven-Marketing-Award 2018

Beitrag Witt-Gruppe Produktempfehlungen

Julian-Valer Butscher & Florian Ziegler, 21.03.2018

Wie können wir auch Kunden ohne Opt-In per Mailings erreichen?

Hintergrund / Idee

Wir haben ein enormes Potential an E-Mail-Adressen ohne Opt-In/Einverständnis zum Newslettererhalt festgestellt.

Durch das UWG-Gesetz (Gesetz zum unlauteren Wettbewerb) wird es uns ermöglicht, Kunden auch ohne Opt-In Mailings mit ähnlichen Artikeln bzw. Produktempfehlungen zu bereits getätigten Käufen anzuschreiben.

Ziel / angestrebte Learnings

Ist das Thema für unsere Zielgruppe relevant oder kann man auf Produktempfehlungen verzichten?

Kann der Versand auch automatisiert ablaufen → Trigger?

Kann zusätzlicher Umsatz generiert werden?

Wie vergleichbar sind Produktempfehlungs-Mailings zu Newsletter-Mailings?

Manuelle Tests erwiesen sich als positiv → Entwicklung eines Layouts für die automatisierten Aussteuerung von Produktempfehlungen

Layout

Aufgeteilt in 3 Bereiche:

- 1 Allgemeingültiger Bereich (Header, Einleitungstext, Kategorien...) → angepasst auf die jeweilige Kategorie
- 2 Dynamischer Teaser zur jeweiligen Kategorie, verlinkt auf das Gesamtsortiment
- 3 Über die Recommendation-Engine „Picalike“ ausgesteuerte Artikel, die passend zum letzten Kauf in Echtzeit selektiert werden (u.a. keine ausverkauften Artikel)



1

2

3



Aufsetzen eines Triggers, der in sich frequenzgesteuert und automatisiert ablaufen soll

Trigger

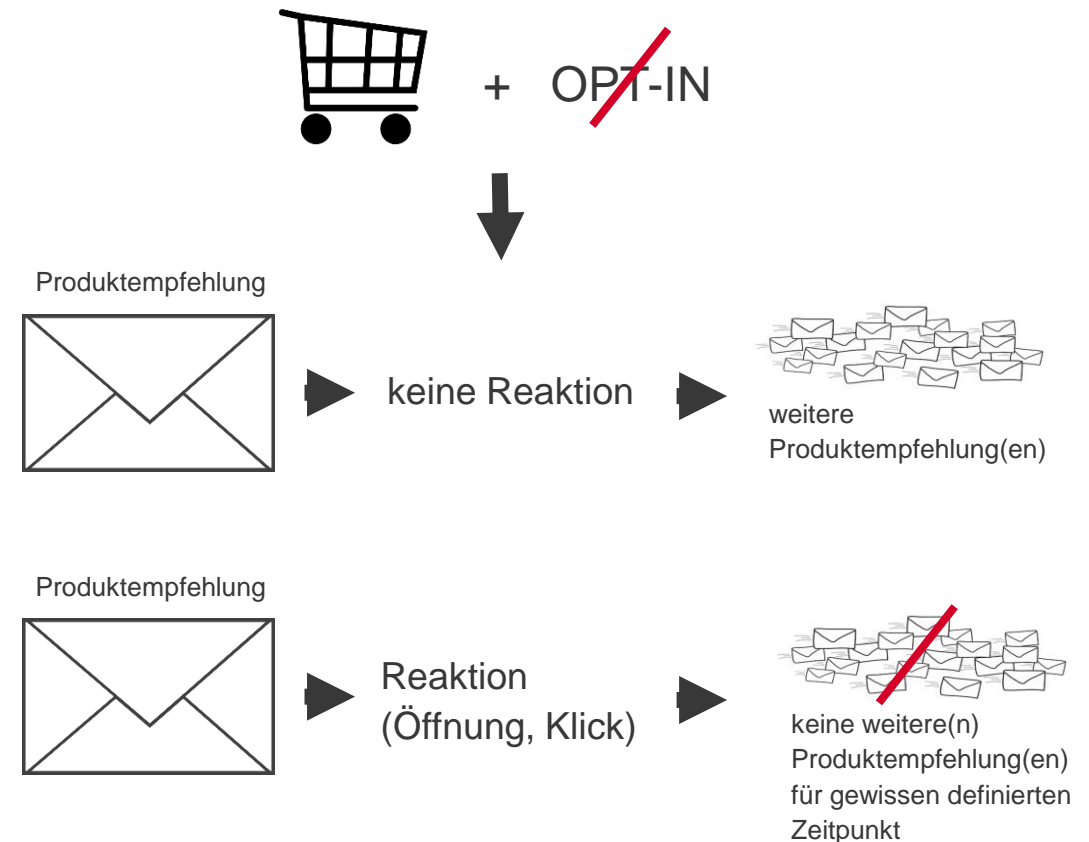
WER?

Alle Kunden, die innerhalb der letzten 18 Monate gekauft haben und sich nicht aktiv vom Newsletter abgemeldet haben

WIE OFT?

Der Kunde entscheidet durch sein Verhalten indirekt selbst, wie oft er eine Produktempfehlung erhält

→ Hat der Kunde innerhalb einer bestimmten Zeit eine Bestellung durchgeführt oder ist in einer Produktempfehlung aktiv geworden - Öffnung, Klick – bekommt er kein Mailing, bis die vorher genannten Kriterien nicht mehr erfüllt werden.



Aufsetzen eines Triggers, der in sich frequenzgesteuert und automatisiert ablaufen soll

Trigger

WIE?

AUTOMATISIERT ✓

FREQUENZGESTEUERT ✓

PERSONALISIERT ✓



macht's möglich!

FAZIT

- Performance im Vergleich

	Standard	Produktempfehlung
Öffnungsrate	16,8 %	20,4 %
Klickrate	2,8 %	5,8 %
Conversionrate	0,21 %	0,26
- Produktempfehlungen werden aktuell ohne Verkaufsförderung ausgespielt
- In Summe eine sehr performancestarke, individualisierte und vollständig automatisiertes Marketing-Maßnahme mit enormem Potential
→ Feinjustierung über möglichen zusätzlichen VF-Einsatz (bei schlechten Kunden), Anzahl und Art der „ähnlichen Artikel“, Frequenz etc.