



E-MAIL-AUTOMATISIERUNG SORGT FÜR DEUTLICH MEHR UMSATZ UND PRODUKTIVITÄT

Die Witt-Gruppe ist ein erfolgreicher internationaler Omnichannel-Händler im Bereich Fashion und ist Teil der weltweit agierenden Otto Group. Im Rahmen ihres Marketing-Mixes setzt die Witt-Gruppe bereits seit längerem auf den E-Mail-Kanal. Die Kampagnen des Unternehmens beinhalten 36 verschiedene Newsletter pro Woche, für zehn verschiedene Marken (u. a. WITT WEIDEN) in zehn Ländern und 18 Online-Shops. Monatlich werden 20 Millionen E-Mails versendet.



DIE HERAUSFORDERUNG

Die größte Herausforderung für das Marketing-Team der Witt-Gruppe lag in einem effektiveren Management der E-Mail-Marketing-Aktivitäten im Tagesgeschäft. Bislang war es erforderlich, E-Mail-Listen zu Beginn eines jeden Tages manuell einzustellen, da kaum Möglichkeit zur Automatisierung bestand. Der Upload der Verteilerlisten und die immer wieder notwendige Fehlersuche im HTML-Code minderten die Produktivität der Marketing-Manager deutlich. Das Modeunternehmen entschied sich daher, eine Content Management- und Versand-Plattform zu nutzen.

An die neue Lösung wurden folgende Ansprüche gestellt: **Die E-Mail-Marketing-Kampagnen sollten in allen Phasen (Erstellung, Versand, Zustellbarkeit, Verwaltung) optimiert und die Produktivität des Marketing-Teams deutlich verbessert werden.**



DIE LÖSUNG

Direktmarketing via E-Mail ist und bleibt der Königsweg, um ausgewählte Zielgruppen gezielt anzusprechen und mit diesen „am Ball zu bleiben“. Der Teufel steckt allerdings oft im Detail: Um die Kundenbindung zu vertiefen, und nicht zuletzt den Umsatz zu steigern, müssen die E-Mails so aufbereitet werden, dass diese vom Look & Feel aber auch von der Zielgruppenschärfe perfekt in den Marketing-Mix passen – und den Empfängern damit einen echten Mehrwert bieten. Dies gelingt, wenn diese zur idealen Zeit, in der perfekten Frequenz und von jedem einzelnen Empfänger als maßgeschneidert empfunden wird.

Wie dies umgesetzt aussehen kann, wie aus Daten Kundenwünsche werden, und was das Ganze mit einer intelligenten Technologie zu tun hat, zeigt die Witt-Gruppe.



AUTOMATISIERUNG ZUR PRODUKTIVITÄTSSTEIGERUNG

Die Kopplung von Content Management, Versand und Kontaktpflege in einer zentralen Automatisierungslösung schont Marketing-Ressourcen – für Brands, die in verschiedenen Märkten aktiv sind, ist das umso wichtiger. Entfällt der manuelle Verteilerabgleich, bleibt im Alltagsgeschäft mehr Zeit für konzeptionelle und strategische Aufgaben. Automatisierungsfunktionen helfen dabei, ideale Versandzeitpunkte zu bestimmen und die Performance der E-Mail-Kampagnen dauerhaft zu verbessern.



mapp
ENGAGE



mapp
CONNECT

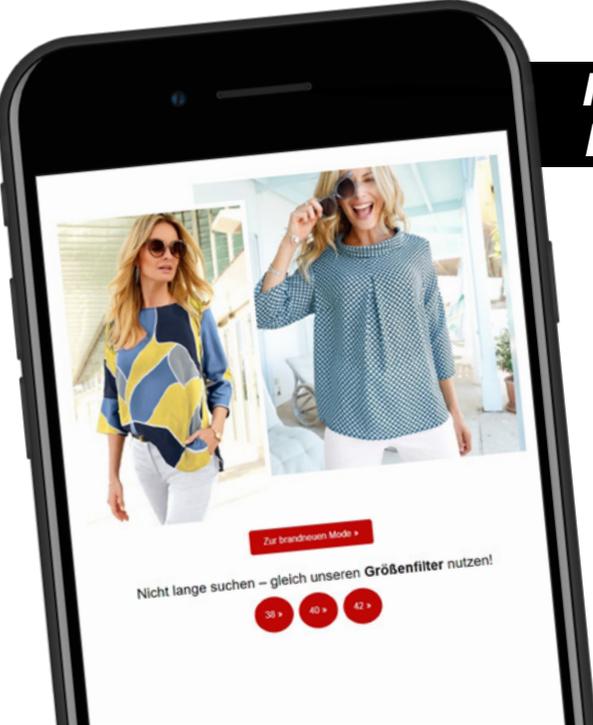
Hierfür setzt die Witt-Gruppe nun auf die Marketing-Plattform und die Automatisierungsmöglichkeiten von Mapp. Dabei stehen zwei Produkte im Vordergrund: Mapp Engage zur automatisierten Kundenkommunikation sowie Mapp Connect zur Integration mit der Online-Shopping-Lösung der Witt-Gruppe.

Mapp unterstützt das Marketing-Team dabei, auf Template-Basis einfach und effektiv E-Mails zu erstellen. Diese Vorlage wurde einmalig eingerichtet und kann für jede neue E-Mail per Drag-and-Drop wiederverwendet werden. Dadurch lassen sich innerhalb des vorgegebenen Designrahmens attraktive E-Mail-Newsletter erstellen. Dank Mapp Engage ist es überflüssig, E-Mails jedes Mal von Grund auf neu zu kodieren. Dies bedeutet eine enorme Zeitersparnis für die Marketer. Zugleich hilft das Marketing Automation Modul von Mapp Engage („Whiteboards“), auf Basis von Nutzerverhalten, demografischen Kriterien sowie vergleichbaren Segmentierungsmerkmalen maßgeschneiderte Kontaktszenarien zu definieren. Deshalb sind nun ohne größeren Aufwand individuelle und automatisiert versandte E-Mails und Kampagnen möglich. Zudem bietet Mapp Engage ein detailliertes Reporting-System, das u. a. automatisierte Wochenberichte auf der Grundlage spezifischer KPIs generiert.



MASSGESCHNEIDERTE ANSPRACHE FÜR MEHR INTERAKTION

Erfolgt die Kundenansprache im richtigen Kontext und zum passenden Zeitpunkt, so erhöht sich die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Customer Engagements. Steht der einzelne Kunde im Fokus, wirkt sich dies positiv auf die Rentabilität des E-Mail-Kanals aus. Für mehr Effizienz setzt die Witt-Gruppe auch auf maßgeschneiderte Trigger-E-Mails. So kommen etwa Geburtstagsmails, Warenkorb-Erinnerungen und Browse-Abandonment-Mails zum Produktinteresse zum Einsatz. Zugleich setzt das Marketing-Team auf gezielte Reaktivierungskampagnen. Die Reaktivierung per E-Mail ist ein zentraler Baustein für ein erfolgreiches Lifecycle-Management der Kunden. Auch hierbei reizt das Unternehmen aktuelle Automatisierungsmöglichkeiten aus. Die erfolgreichen Maßnahmen unterstützen die Witt-Gruppe dabei, schlummernde Umsatzpotenziale zu aktivieren.



MEHR KUNDENRELEVANZ DURCH DYNAMISCHE GRÖSSENFILTER

Ein besonderes Highlight sind vollautomatisierte Größenfilter für die verschiedenen Zielgruppen. Es handelt sich hierbei um ein dynamisches Element, das in den E-Mails zur Berechnung der präferierten Größe eingesetzt wird. Alle relevanten Daten werden hierbei in Echtzeit aktualisiert. Die hochgradig personalisierten Größenfilter werden von den Witt-Kunden seit dem Start angenommen. Dieser Service am Kunden muss nicht mehr lange gesucht werden, sondern ist vielmehr umgehend nutzbar.

“ Durch die dynamischen Größenfilter konnten wir gleich zum Start einen Uplift von 13 % bei der Klickrate bzw. von 36 % bei der Conversionrate erzielen. Ganze 42 % aller Klicks entfallen inzwischen auf den neuen Größenfilter. ”

Anja Ehbauer, E-Mail-Marketing Managerin der Witt-Gruppe





ERGEBNISSE – IN KÜRZESTER ZEIT UND EASY ZU HANDELN

Mit Mapp automatisierte die Witt-Gruppe ihre E-Mail-Marketing-Kampagnen erfolgreich – und setzte dem zeitaufwändigen manuellen HTML-Coding ein Ende. Die Produktivität des Marketing-Teams steigerte sich dadurch um ganze 60 %. Dank der E-Mail-Automatisierung und Datenintegration ist die Witt-Gruppe nun in der Lage, eine Vielzahl an Mitteilungen sowie verschiedenste E-Mail-Arten in acht Sprachen zu versenden – zeitlich passend und effizient. Die Anzahl der wöchentlichen E-Mail-Newsletter hat sich nach der Einführung der neuen Lösung von durchschnittlich 15 auf 36 verdoppelt. Aus der zielgenauen Kundenkommunikation resultierte eine Umsatzsteigerung von 69 % im E-Mail-Kanal.

“ Erfolgreiches E-Mail-Marketing basiert auf einem exzellenten Team, einer durchdachten Strategie sowie einer leistungsstarken Technologie-Plattform. Mit Mapp haben wir einen Partner gefunden, der unsere Anforderungen und Bedürfnisse bestens versteht und optimal bedient. Als international agierendes Modeunternehmen können wir dadurch unsere Kunden flexibel und hochgradig personalisiert ansprechen. **“**

**Peter Scholzuk, Abteilungsleiter
E-Mail-Marketing bei der Witt-Gruppe**

