



EINFACHE PERSONALISIERUNG UND SEGMENTIERUNG

MIT DER SALESFORCE MARKETING CLOUD AM BEISPIEL MONDOVINO

DAS UNTERNEHMEN

Die Coop Genossenschaft [koop] gehört zu den größten Einzelhandels- und Großhandelsunternehmen der Schweiz. Der Konzern ist sehr aktiv in den verschiedenen Online-Marketing-Kanälen vertreten. Auch Mondovino ist Bestandteil des Coop-Universums. Auf der Plattform erhalten sowohl Einsteiger

als auch Kenner von Experten aufbereitete Informationen rund ums Thema Wein. Mitglieder profitieren zusätzlich von Empfehlungen und Angeboten, die ihren ganz persönlichen Vorlieben entsprechen. Ein Online-Shop mit über 2.000 Weinen rundet das Angebot der Mondovino-Plattform ab.

DIE AUFGABENSTELLUNG

Die Vielschichtigkeit der Zielgruppen stellt eine der Herausforderungen in der digitalen Markenkommunikation innerhalb dieses Themenfelds dar:

Wein wird alters- und geschlechterübergreifend genossen, eine Vielzahl von Events und (Wein-)Messen bieten teils regional begrenzte Anknüpfungspunkte. Ein "One size fits all"-Ansatz ist hier undenkbar, große Streuverluste sind vorprogrammiert.

Mondovino benötigte vor diesem Hintergrund ein ausgefeiltes System von E-Mail-Templates und

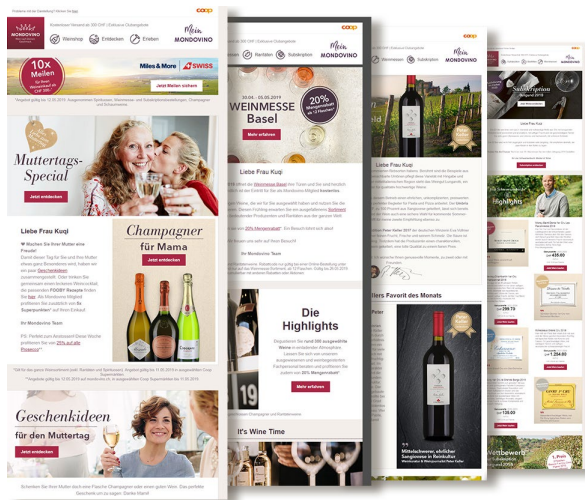
die Möglichkeit, wöchentlich vier Newsletter an sehr unterschiedliche Zielgruppen zu versenden. netnomics sollte daher zur dauerhaften Effizienzsteigerung die Salesforce Marketing Cloud implementieren und unterschiedliche Templates aufsetzen, um alle Inhalte optimal abbilden zu können. Nach dem initialen Setup sollte netnomics als Agenturpartner im Tagesgeschäft unterstützen und klickstarke Newsletter, involvierende Kampagnen und aussagekräftige Transaktionsmails konzipieren und umsetzen.

FALLSTUDIE

Einfache Personalisierung und Segmentierung mit der Salesforce Marketing Cloud am Beispiel Mondovino

DYNAMISCHE INHALTE IN DER PRAXIS

Pro Woche werden vier Newsletter auf Basis von vier unterschiedlichen Templates erstellt.



Dabei werden regelmäßig Inhalte personalisiert, um die Relevanz der versendeten Nachrichten in der jeweiligen Zielgruppe zu erhöhen. Die Umsetzung einer personalisierten Anrede innerhalb der Betreffzeile ist dabei leicht mit Hilfe eines sogenannten "Snippets" umzusetzen.

So wird aus den technisch anmutenden Zeilen

```
%%=v(@gender)=%% %%=v(@name)=%%
```

die prägnante und individuelle Anrede

Frau Muster.

Analog dazu lassen sich neben Betreffzeile auch Preheader, Layouts, Versandzeitpunkte und Absendername in der Marketing Cloud kontextuell anpassen.

Mailings können dabei intuitiv über einen integrierten WYSIWYG-Editor (What you see is what you get) erstellt werden:

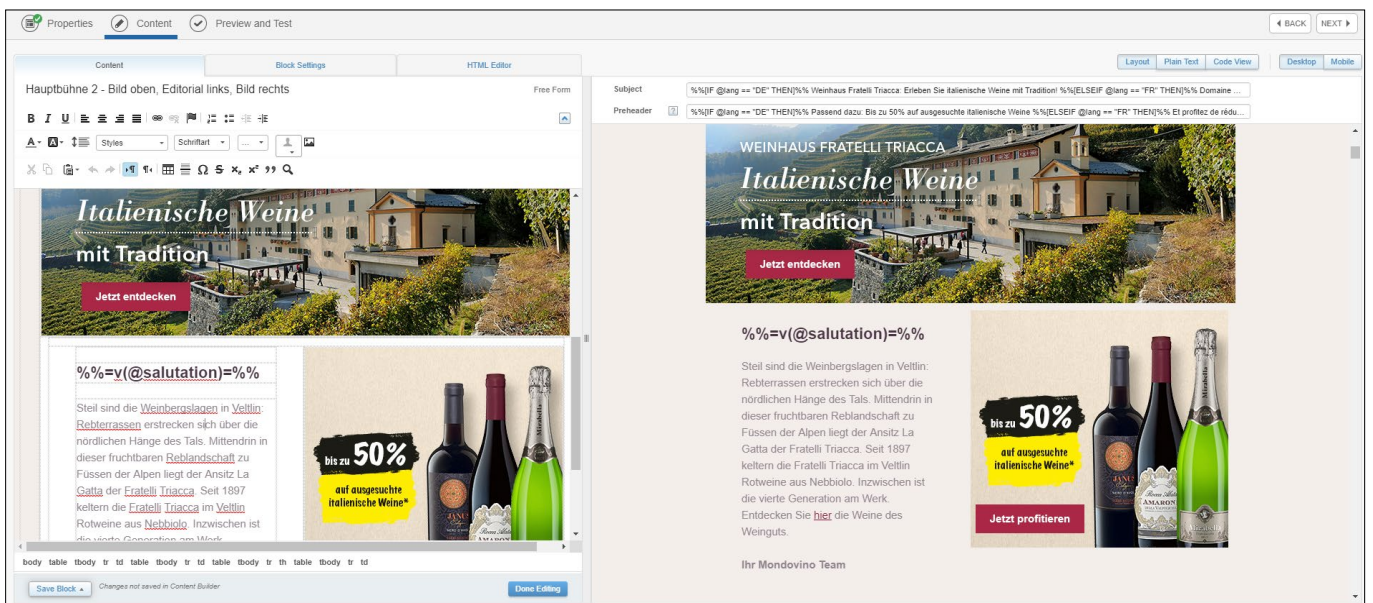


Abbildung 2: Einfache Erstellung der Newsletter mittels WYSIWYG-Editor

SEGMENTIERUNG MIT DATA EXTENSIONS

Die Voraussetzung für die schnelle und einfache Nutzung von Personalisierungen und Segmentierungen muss während der initialen Implementierung der Marketing Cloud geschaffen werden.

Die Technical Architects (auf Salesforce spezialisierte Entwickler) von netnomics richteten dazu Data Extensions ein, also Datentabellen, in denen die späteren Newsletterempfänger hinterlegt sind.

Auch das zuvor aufgeführte "Frau Muster"-Beispiel greift direkt auf diese Data Extensions zu. Ein Versand an zwei Zielgruppen wird technisch durch eine Filterung der in den Data Extensions hinterlegten Daten nach Bedarf realisiert. So wird zum Beispiel eine Data Extension erstellt, die eine Filterung für die Zielgruppe

A, "Alter 18 bis 45 Jahre" inkludiert, während die Filterung für Zielgruppe B, "Alter 46+", eine eigene Data Extension erhält.

Für den Versand kann nun mit einem einfachen Klick wahlweise Zielgruppe A oder B angesprochen werden. Dabei wird während des Versandvorgangs in den E-Mail-Einstellungen die Absendereinstellung ausgewählt. Die Marketing Cloud leitet den Nutzer daraufhin durch die zugehörige Maske im WYSIWYG-Editor, bei der die Data Extensions problemlos per Drag&Drop ausgewählt werden können – ebenso wie andere relevante Parameter wie beispielsweise den Versandzeitpunkt.

ERFOLGSKONTROLLE INNERHALB DER MARKETING CLOUD

Nachhaltiges E-Mail-Marketing bedarf einer konstanten Berücksichtigung relevanter Metriken, um zukünftige Inhalte bedarfsgerecht aussteuern zu können. netnomics wertet die zentralen Kennzahlen für Mondovino regelmäßig aus und nutzt dazu die integrierte Trackingfunktion der Marketing Cloud. Diese bietet eine gut zugängliche und übersichtliche Darstellung, mit der sich die wichtigsten Kennzahlen innerhalb kürzester Zeit erfassen lassen.

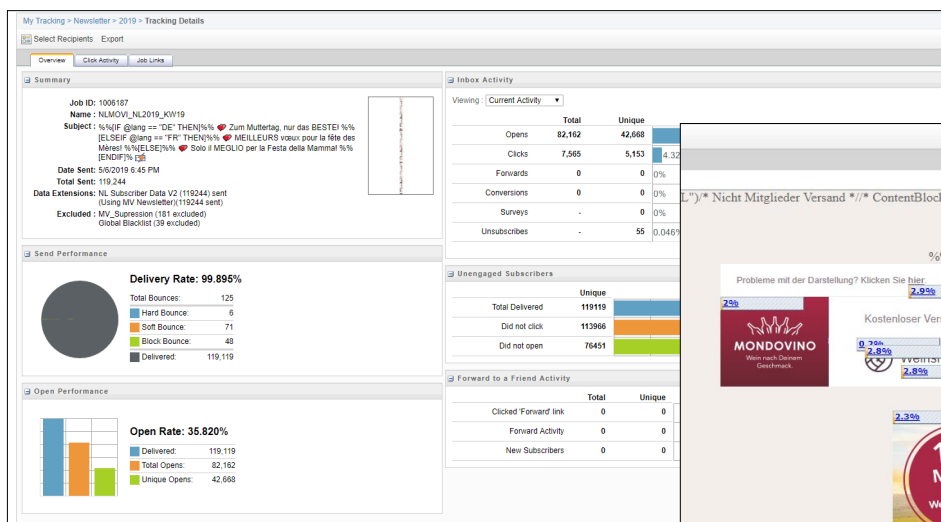


Abbildung 3: Tracking Details



Abbildung 4: Klick-Aktivität

FALLSTUDIE

Einfache Personalisierung und Segmentierung mit der Salesforce Marketing Cloud am Beispiel Mondovino

DAS ERGEBNIS

Mondovino begeistert seit mittlerweile drei Jahren Wein-Interessierte mit hilfreichen Mailings. Seit der Einführung der Salesforce Marketing Cloud durch netnomics und der Schaffung modularer Templates werden Fans persönlich und zielgerichtet abgeholt - was sich auch in einer deutlichen Umsatzsteigerung von 26 % in den letzten 12 Monaten ausdrückt. Dazu hat auch die Einführung einer neuen Version des Content Builders (dem E-Mail-Bearbeitungsmodul der Marketing Cloud) im Jahre 2018 wesentlich beigetragen, die sich durch eine optimierte Benutzerführung und die Einführung schneller und direkter Testversände auszeichnet.

Für weiterführende Informationen zum neuen Content Builder der Salesforce Marketing Cloud und dessen Einsatz im operativen Newsletter-Tagesgeschäft

empfehlen wir Ihnen auch unsere Fallstudie „Salesforce: Effizienzsteigerung durch den neuen Content Builder am Beispiel der Coop Genossenschaft“.



Abbildung 5:
Best Case „Content Builder bei Coop“

WER WIR SIND

Die inhabergeführte netnomics GmbH mit Sitz in Hamburg, Berlin und Düsseldorf unterstützt Unternehmen als plattformunabhängige Beratungs- und Fullservice-Agentur in allen Bereichen des digitalen Dialogmarketings.

Langjährige eCommerce-, Onlinehandels- und E-Mail-Marketing-Erfahrungen auf Kunden- und Agenturseite, gepaart mit ausgewiesener IT-Expertise, machen uns zum Coach und Sparringspartner für Ihre digitalen Dialogmarketing-Maßnahmen. Und wir unterstützen Sie, wenn es darum geht, die richtigen Instrumente fürs digitale

One-To-One-Marketing in Ihrem Unternehmen zu etablieren.

Vom Consulting für die strategische Neuausrichtung im Rahmen der Digitalisierung über die Implementierung einer ganzheitlichen Customer Journey bis hin zur operativen Umsetzung Ihrer CRM- und E-Mail-Marketing-Instrumente oder Social-Media-Kampagnen durch unsere interdisziplinären Teams:

Mit netnomics haben Marketing- und Vertriebs-Verantwortliche in Unternehmen einen souveränen Wegweiser im digitalen Dialogmarketing. Sprechen Sie uns an! Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

ANSPRECHPARTNERIN

Aferdita Kuqi
E-Mail-Marketing &
CRM Managerin

+49 (0)40 340 570-0
kontakt@netnomics.com
www.netnomics.com