



## Automatisierte Innovation

### Erfolgreiche crossmediale Trigger-Kampagne zur Platzierung von Renovierungsangeboten zu einem relevanten Zeitpunkt.



- **Triggerbasiertes Aktionsangebot für umziehende Kunden**
- **Response: 5,7 Prozent**

Hellweg ist seit 2011 „Bester Baumarkt“. Als „Testsieger Baumärkte“ wurde HELLWEG zum vierten Mal in Folge vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) und dem Nachrichtensender n-tv ausgezeichnet. Hellweg hat eine sehr innovative Marketingabteilung und möchte aufgrund seiner hohen Serviceorientierung noch bedarfsgerechter mit seinen Kunden kommunizieren. Zudem pflegt Hellweg eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Deutschen Post.

#### Herausforderungen

- **Bedarfsgerechte Kundenkommunikation per Post, die kostengünstig und mit wenig Ressourcen realisiert werden kann.**
- Individuelle Angabe eines Responsekanals auf dem Werbemittel in Abhängigkeit zur Entfernung der nächsten Filiale.
- Abgleich der Filialstandorte und Abgleich der Kunden in dem Filialstandort Radius von 15 km.
- Erstellung individueller Werbemittel für eine gezielte und kostengünstige Ansprache.

#### TRIGGERDIALOG – das Produkt

Mit TRIGGERDIALOG können Sie erstmalig triggerbasierte, hochindividualisierte Werbesendungen per Post an Ihre Kunden versenden. Die Aussteuerung erfolgt automatisch auf Basis von Kundenverhaltensdaten.

Im Rahmen einer mehrstufigen Kampagne ist dies zum Beispiel auch in Kombination mit E-Mailings möglich. Stets inhaltlich und zeitlich verknüpft. Auslöser können Onlineaktivitäten wie der Besuch einer Website oder eines Onlineshops, das Öffnen eines Newsletters, ein geplanter Umzug und vieles mehr sein. Mit TRIGGERDIALOG wird die Werbewirkung Ihrer Kampagne nachweislich erhöht.

#### TRIGGERDIALOG – das Prinzip



##### Marketing Automation System

Ergänzen Sie ihre Online-Kampagnen um Print-Mailings mithilfe der Daten aus Ihrem Marketing Automation System.



##### Trigger

Gemäß der von Ihnen definierten Trigger löst der User durch sein Surfverhalten automatisch den Workflow aus.



##### Produktion und Zustellung

Vollkommen automatisiert wird Ihr Werbemittel produziert und dem Empfänger zugestellt.



# TRIGGERDIALOG

## Lösung

Datenschutzkonformer Abgleich der Bestandskunden mit den Umzugsinformationen von Deutsche Post Adress, um umziehende Kunden zu identifizieren. Die Treffer wurden als CSV-Datei in das Marketing Automation System (MAS) von Optivo eingespielt und haben eine automatisierte Kommunikationskampagne mit einem Renovierungsangebot erhalten.

## Die Kampagne

- **Vorbereitung:** Optivo als Marketing Automation Partner
- **Datenbasis und Datenmatch:** Alle Bestandskunden der Hellweg- und BayWa-Baumärkte
- **Umsetzung:** Abgleich der Bestandskunden mit den Umzugsinformationen von Deutsche Post Adress und anschließende automatisierte Kommunikationskampagne mittels MAS.
- **Responsekanal:** Nächster POS und/oder Webshop
- **Ergebnis:** Professionelle Umsetzung auf beiden Seiten und ein sehr positives Ergebnis in der Testkampagne mit 5,7 Prozent Response. TRIGGERDIALOG ist jetzt in der Regelkommunikation von Hellweg verankert.

## Vorteile

- Schonung interner Ressourcen durch automatisierte Kampagnen – nach dem Set-up mit dem Marketing Automation System (bspw. von Optivo) und der Deutschen Post.
- Steigerung der Kundenzufriedenheit durch die automatisierte Ausendung eines relevanten Vorteilsangebots zum Zeitpunkt des Umzuges.

## Churn-Management mit TRIGGERDIALOG

### Datenbasis



Abgleich des aktiven Kundenbestands von Unternehmen mit Adressänderungs-informationen



### Datenmatch



Täglicher Abgleich mit Adressänderungen



### Zielgruppe



Übermittlung der Adressänderungen per CSV-Datei an Unternehmen und MAS



### Kundenansprache



Automatisierte, individualisierte und kanalübergreifende Ansprache über MAS



### Ergebnis



Weniger Kunden wandern z.B. während der Umzugsphase zum Wettbewerb ab

## O-Ton:

### Jan Buse

#### CRM & eCommerce, Hellweg:

“Mit Triggerdialog haben wir gemeinsam mit der Deutschen Post eine Lösung entwickelt, die es uns ermöglicht unsere Kunden mit bedarfsgerechten individualisierten Printangeboten in nur zwei Tagen zu erreichen. Da der Ansatz nicht nur wirtschaftlich sehr erfolgreich war, sondern auch durch seine Automatisierung unsere Ressourcen im Marketing schont, ist die Lösung ein fester Bestandteil unserer Marketinginnovationen geworden.“