

Klingel setzt auf personalisierte Paketbeilagen

Die Klingel Gruppe gehört zu den größten Multichannel-Distanzhändlern in Deutschland. Das mittelständische Familienunternehmen wickelt jährlich mehrere Millionen Bestellungen ab und verschickt täglich Sendungen im oberen fünfstelligen Bereich. Um seine Kunden individuell mit dem passenden Angebot abzuholen, setzt das Unternehmen auf eine personalisierte Kundenansprache. Mit individuellen Paketbeilagen realisiert das Unternehmen auch im Printbereich eine persönliche Ansprache. Die Umsetzung dieses Projektes führte zu einer Bestellquotensteigerung um 25 Prozent.

Individuelle Inhalte über Newsletter, Onlineshop und Print

Kunden profitieren sowohl online als auch offline von personalisierten Angeboten. Neben individuellen Inhalten im Onlineshop und im Newsletter setzt das Unternehmen seit dem Jahr 2014 auf den Einsatz personalisierter Paketbeilagen. Die Umsetzung der individuellen Printerzeugnisse wurde über die Jahre sukzessiv erweitert und optimiert. Der Druck erfolgt aktuell einzigartig für jeden Paketempfänger während des Logistikprozesses in Echtzeit und vollautomatisiert am Band.

40 Empfehlungen individuell für jeden Kunden

Die Printbroschüre beziehungsweise der Printkatalog zählt für die meisten Marken des Konzerns zu den wichtigsten Kundenkanälen. Um hier seine Kunden und deren Bedürfnisse abzuholen, setzt das Unternehmen auf personalisierte Printerzeugnisse in Form von Paketbeilagen. Gerade der Kundenstamm, der am liebsten Angebote physisch in den Händen hält, wird hier optimal bedient. In einem Pilotprojekt, intern als „Minkki“ bezeichnet, wurden 16 individuelle Produktempfehlungen doppelseitig auf ein A4-Blatt gedruckt, inklusive persönlicher Ansprache. Produziert werden die Paketbeilagen vollautomatisiert in Echtzeit am Band. Der Erfolg gab dem Pilotprojekt die Grundlage zur Erweiterung: Die Versendung der Paketbeilagen bei Klingel Deutschland erfolgt mit 33 Artikelempfehlungen. Bei Mona Deutschland, einem Klingel-Unternehmen, erhalten die Kunden Paketbeilagen mit 40 Artikelempfehlungen.

Auch Bratpfanne neben der Bluse funktioniert

Neben der hohen Bestellquotensteigerung sieht Klingel weitere Vorteile: Der Kunde fühlt sich besser wertgeschätzt und persönlich angesprochen, da das Sortiment individuell auf ihn zugeschnitten ist. Bei der Auswertung des Projektes überraschte zudem, dass auch Artikelempfehlungen, die wild zusammengestüekelt scheinen (zum Beispiel die Bratpfanne neben der Bluse), beim Kunden funktionieren. Realisiert wurde diese Variante unter der Rubrik „Altbekanntes in neuem Gewand“ und beinhaltet eine Kombination von Inhalten aus Massenmedium (Inhalt der Standardpaketbeilage) und Individualisierung (Umschlag der Paketbeilage).

Online-Klickverhalten steuert in Echtzeit die Inhalte der Paketbeilagen

Entscheidende Faktoren für den Erfolg des Projektes ist zum einen die Echtzeitfunktionalität der Personalisierungssoftware. Produkte, die den Kunden vor zwei Wochen interessierten, können längst an Relevanz verloren haben. Verhaltens- und Bestelldaten, die in Echtzeit in die Berechnung der Artikelempfehlungen einfließen, geben den besten Aufschluss über momentane Interessen. Zum anderen spielt die Qualität der Artikelempfehlungen, also wie treffend die berechneten Empfehlungen den Interessen des Nutzers entsprechen, eine große Rolle. So lernen intelligente Agenten aus Response und Klickverhalten der Kunden und optimieren somit die Qualität der Empfehlungen.

Gleichermaßen spielte die technische Umsetzung bei „Minkki“ eine zentrale Rolle. Zum Beispiel stellte es eine große Herausforderung dar, einen Drucker zu finden, der die Bedingungen der Logistik erfüllt: 20 Pakete gilt es in einer Minute abzuwickeln. Doch der Druck der Paketbeilagen kann erst 30 Sekunden, bevor das Paket vorbeifährt, ausgelöst werden. Es galt, diese Aufgabe ohne Ausbremsen des Bandes zu lösen.

25 Prozent mehr Bestellungen durch Printpersonalisierung

Durch die Umsetzung der individuellen Paketbeilagen erzielte die Klingel Gruppe einen Bestellquoten-Uplift von 25 Prozent sowie eine Steigerung der Kundenzufriedenheit. In Zukunft möchte das Unternehmen seine Personalisierungsmaßnahmen weiter ausbauen: Auch in anderen Kommunikationskanälen soll „Minkki“ für eine personalisierte Kundenansprache sorgen.

Die prudsys AG ist der führende Anbieter für Onmichannel-Personalisierung im Handel. Die prudsys Realtime Decisioning Engine (kurz: prudsys RDE) ist durch die enge Verzahnung von Recommendations, Marketing Automation und Dynamic Pricing in der Lage, den Kundenwert über alle Kanäle in Echtzeit zu maximieren. Die prudsys AG ist Inhaber zahlreicher Patente und Organisator des international renommierten DATA-MINING-CUP.



prudsys AG
Jan Lippert

Zwickauer Str. 16, 09112 Chemnitz
Tel. +49 371 27093 0
info@prudsys.de
www.prudsys.de