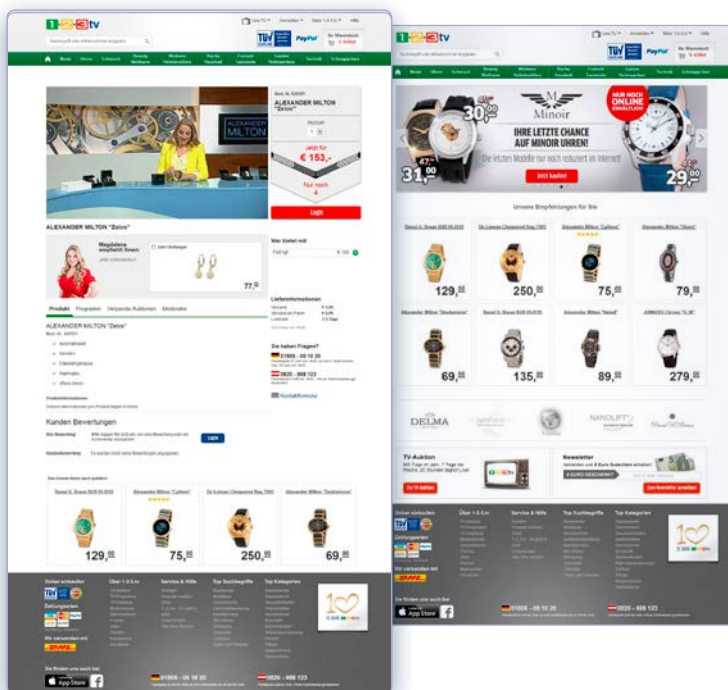


Omnichannel-Personalisierung in Echtzeit bei 1-2-3.tv



1-2-3.tv ist das erste Omnichannel-Auktionshaus in Deutschland. Seit seinem Sendestart 2004 hat sich das Unternehmen mit über einer Million Kunden heute auf Platz drei im deutschen Tele-shopping-Markt etabliert. Das Erfolgsrezept: spannende Auktionen verbunden mit traditionellem Homeshopping. Zusätzlich zu den Live-Auktionen bietet 1-2-3.tv alle Produkte zum Festpreis im Internet an. Die Kunden können so über TV, Onlineshop und Mobile-App verschiedene Touchpoints nutzen und aus einem vielfältigen Sortiment wählen.



Um für seine Kunden eine Echtzeit-Personalisierung auf allen Kanälen umzusetzen, nutzt der Live-Shopping-Spezialist nach erfolgreicher Implementierung der prudsys Realtime Decisioning Engine (kurz: prudsys RDE) in die Onlineshop-Umgebung nun auch im Call Center und Newsletter intelligente und personalisierte Produktempfehlungen. So wird maximale Relevanz für den Kunden mit höchster wirtschaftlicher Effektivität für 1-2-3.tv verbunden.

Auf einen Blick

Ziel

- Steigerung der Empfehlungsqualität und Conversion Rate im Call Center
- Steigerung der Relevanz des Newsletters sowie Anhebung der Öffnungs- und Konversionsrate

Lösung

- Umsetzung einer konsequenten Kundenorientierung
- Automatisierte Auslieferung von Produktempfehlungen auf unterschiedlichen Kanälen
- Echtzeit-Analyse der Nutzerinteressen sowie Einbezug historischer Daten zur Empfehlungsberechnung
- Schnelle Implementierung durch Verwendung bereits genutzter Module und vorhandener Daten

Ergebnis

- Ganzheitliche, personalisierte Kundenansprache in Shop, Newsletter und Call Center
- Höhere Empfehlungsqualität über alle Kanäle
- Steigerung der Conversion Rate um **5%**

Das Ziel

Konsequente Kundenorientierung und Innovativität sind wichtige Maximen für 1-2-3.tv. Nachdem bereits 2009 der Onlineshop des Omnichannel-Auktionshauses erfolgreich mit personalisierten Empfehlungen optimiert wurde, sollten diese nun auch im Call Center sowie im Newsletter eingesetzt werden, um eine individuelle Kundenansprache auf möglichst vielen Kanälen zu realisieren. Im Call Center sollte so eine bessere Conversion Rate und Empfehlungsqualität erreicht werden. Für den Newsletter war es das Ziel, die Relevanz für den einzelnen Empfänger zu steigern sowie die Öffnungszahlen und Conversion Rates zu erhöhen.

Die Lösung

Die prudsys RDE bietet für diese Herausforderungen die ideale Kombination an Lösungsansätzen. Durch ihren modularen Aufbau ist es möglich, eine Personalisierung von Angeboten über nahezu jeden Kundeninteraktionskanal zu erreichen. Das Modul prudsys RDE | Recommendations sammelt die Verhaltensdaten der Kunden u.a. im Shop und berechnet daraus in Echtzeit persönliche Empfehlungen mit hoher Relevanz. Dabei werden sowohl aktuelle Verhaltensdaten als auch, sofern vorhanden, historische Transaktionsdaten herangezogen. So erfolgt beispielsweise live im TV-Bereich des Onlineshops passend zur jeweiligen Auktion und unter Berücksichtigung des aktuellen Klickverhaltens die Ausspielung von Produktempfehlungen.

Die Generierung von Empfehlungen im Call Center von 1-2-3.tv erfolgte bislang statisch, d.h. sie wurden nicht individualisiert. Mit dem Modul prudsys RDE | Recommendations werden nun bei telefonischen Bestellungen Kaufdaten aus TV-Bestellungen und aus dem Onlineshop automatisch und in Echtzeit mit einbezogen. Das Ergebnis sind Produktempfehlungen, die direkt auf den jeweiligen Besteller bzw. Kunden zugeschnitten sind.

Um auch die Newsletter von 1-2-3.tv zu personalisieren, wurde ein weiteres Modul der prudsys RDE in die Shop- und Software-Umgebung integriert. Das Modul prudsys RDE | Newsletter generiert automatisch für jeden einzelnen Newsletter-Empfänger individuelle Inhalte



(Produktempfehlungen, Banner, Content etc.), die erst beim Öffnen der Mail in Echtzeit ausgespielt werden. Dies garantiert höchste Aktualität in Bezug auf Lagerbestand und Kundeninteresse. Zusätzlich kann mit dem Modul auch das Verhalten der Kunden im Newsletter getrackt und ausgewertet werden. Basis der Empfehlungsberechnung sind auch hier das Surf- und Kaufverhalten im Onlineshop, Informationen aus bisherigen TV-Bestellungen sowie das Klickverhalten im elektronischen Newsletter.

Das Ergebnis

Mit dem Einsatz der prudsys RDE in Onlineshop, Newsletter und Call Center profitiert das Auktionshaus von einer ganzheitlichen, personalisierten Kundenansprache. Mit dem Einsatz von personalisierten Empfehlungen im Call Center wurde die Empfehlungsqualität entscheidend verbessert und eine Conversion Rate von 5% erreicht. Für den Newsletter werden ähnliche Ergebnisse erwartet. Dank seines umfangreichen Omnichannel-Vertriebs-Knowhows und dem Einsatz des in Deutschland am häufigsten genutzten Echtzeit-Empfehlungssystems prudsys RDE ist 1-2-3.tv bestens gerüstet für die Zukunft des medialen Shoppings.

Kontakt:

Jan Lippert, Head of Sales
Tel.: +49 371 27093-0
E-Mail: sales@prudsys.de

prudsys AG
Zwickauer Straße 16
Deutschland
09112 Chemnitz

Tel.: +49 371 27093-0
Fax: +49 371 27093-90
E-Mail: info@prudsys.de
URL: www.prudsys.de