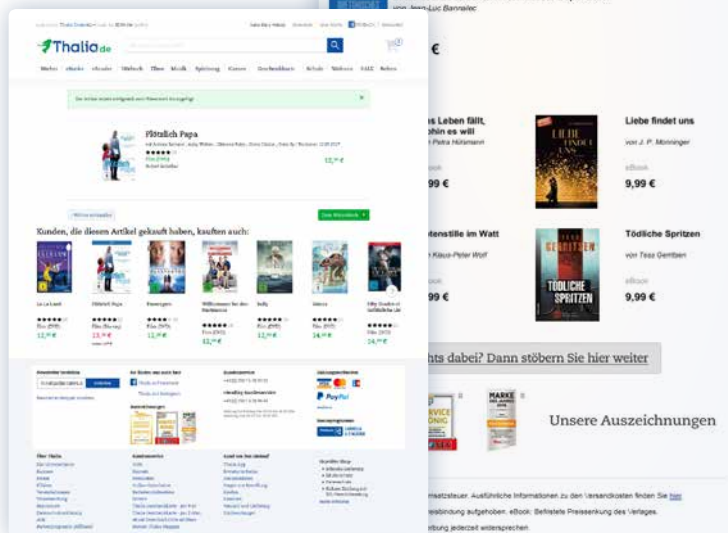
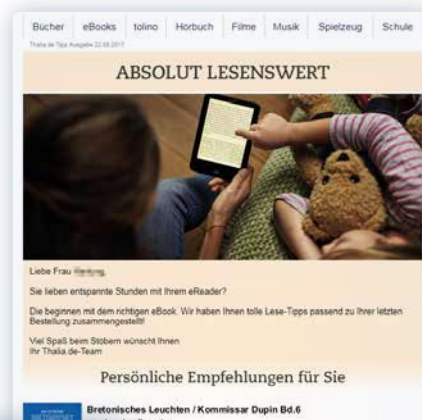


Thalia macht mit individuellen Buchempfehlungen Lust aufs Lesen



Echtzeit-Personalisierung in Onlineshop, Newsletter, App und tolino eReader steigert Kundenbindung und Umsatz

Die Thalia Bücher GmbH ist Marktführer im Sortimentsbuchhandel im deutschsprachigen Raum und betreibt mehr als 280 Buchhandlungen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Das Sortiment umfasst mit 11 Mio. Produkten ein vielseitiges Angebot an Büchern, Hörbüchern, CDs, DVDs, Spielen und Spielwaren, Geschenkartikeln, Schreibwaren, eBooks sowie die tolino eReader. Als Omnichannel-Händler ist Thalia in der realen und virtuellen Welt der Bücher zuhause. Das Unternehmen eruiert kontinuierlich innovative Kundenbindungsmaßnahmen. Bereits seit 2011 setzt Thalia die prudsys Realtime Decisioning Engine (kurz: prudsys RDE) ein, um eine hochwertige personalisierte Kundenansprache über verschiedene Kanäle zu realisieren. Damit gilt Thalia als Vorreiter im Bereich Personalisierung.



Auf einen Blick

Ziel

- personalisiertes Einkaufserlebnis in Thalia-Onlineshops, Newsletter, tolino eReader und App
- Steigerung der Kundenresonanz und des Umsatzes aus Empfehlungen
- vielseitige Personalisierungsszenarien, insbesondere im Onlineshop und Newsletter

Lösung

- Automatisierte Ausspielung von Produktempfehlungen in Echtzeit auf den verschiedenen Kanälen
- Analyse des Nutzerverhaltens in Echtzeit sowie Einbezug historischer Daten für eine passende Empfehlungsberechnung
- Vielseitige Verwendung von Personalisierung, z.B. in zahlreichen unterschiedlichen Newsletter-Formaten

Ergebnis

- Steigerung des Umsatzes aus Empfehlungen im zweistelligen Bereich
- Steigerung der Klickraten
- Umsetzung verschiedener Personalisierungsszenarien automatisiert in unterschiedlichen Channels

Das Ziel

Für die Thalia Bücher GmbH steht Kundenservice an erster Stelle. Um seinen Kunden durch personalisierte Angebote einen echten Mehrwert zu bieten, testete das Unternehmen im Jahr 2011 die prudsys RDE gegen eine eigene Softwarelösung. Ziel war die Steigerung des Umsatzes aus Empfehlungen sowie die Stärkung der Kundenbindung. Bei dem Test generierte Thalia durch den Einsatz der prudsys RDE einen Mehrumsatz im zweistelligen Bereich. Daraus ergaben sich die nächsten Schritte: Die Integration der prudsys RDE in alle Thalia-Onlineshops sowie der Ausbau von Personalisierung auf weitere Kundenkanäle wie Newsletter und später auch den tolino eReader.

Die Lösung

Im Jahr 2011 erfolgte die Implementierung der prudsys RDE in den deutschen Thalia-Onlineshop. Mittlerweile finden viele verschiedene Empfehlungstypen in Form von personalisierten Produktempfehlungen in fünf Onlineshops der Thalia Bücher GmbH Anwendung. Auf Thalia.de, Thalia.at, Buch.de, bol.de und orellfuessli.ch personalisiert die prudsys RDE alle wichtigen Seiten. Dazu gehören u.a. die Startseite, die Produktdetailseite, die Warenkorbzwickelseite, die Merklisse oder die Nulltrefferseite. Im „Mein Shop-Bereich“ erhält der Kunde zudem mit seinem Login sehr präsent individuelle Empfehlungen in Echtzeit auf Basis seines Nutzerverhaltens. Im Jahr 2015 erfolgte die Integration der prudsys RDE in den Thalia-Newsletter mit seinen unterschiedlichen Formaten, wie z.B. die Neukunden-Begrüßung, Warenkorb-Abbrecher-Kampagnen oder wöchentliche eBook-Mailings. Auch auf den eigenen eReadern der Marke tolino, die Thalia im März 2013 gemeinsam mit Buchhandelspartnern gelauncht hat, profitieren Leser von Echtzeit-Produktempfehlungen durch die prudsys RDE, z.B. auf dem Startbildschirm oder nach dem Hinweis „gleich weiterlesen“ nach dem Beenden eines Buches.

Das Ergebnis

Thalia realisiert in Onlineshop, Newsletter, tolino eReader und der App für mobile Endgeräte erfolgreich eine personalisierte Kundenansprache. Der Umsatz aus Empfehlungen stieg durch den stetigen Ausbau personalisierter Flächen und konsequentes Testen überdurchschnittlich im zweistelligen Bereich in allen Onlineshops. Die Kundenresonanz in Form von Klicks auf empfohlene Produkte stieg ebenfalls kontinuierlich.

Thalia testet und optimiert weiterhin stetig die neuesten Personalisierungsszenarien. In Zukunft möchte das Unternehmen die Online- und Offlinewelt stärker verknüpfen.



Foto: Thalia Bücher GmbH

Sven Klenner, Director Sales eCommerce und Marketing:

„Wir arbeiten seit vielen Jahren mit prudsys zusammen und sind von der prudsys RDE überzeugt. Die Echtzeit-Algorithmen der Personalisierungslösung sorgen für eine hohe Resonanz bei unseren Kunden. Eine ganzheitliche, individuelle Kundenansprache über alle Kanäle ist für uns der Schlüssel für eine erfolgreiche Kundenbindung.“