

Mit KI-basierten Print-Kampagnen mehr ROI erzielen

Warum individualisierte Print-Kampagnen mehr Umsatz generieren!

„Wow, das ist es, ich nehm's!“

Ihr Kunde hat heute in Ihrem Online-Shop eine Anfrage gestellt und prompt auf digitalem Weg ein maßgeschneidertes Angebot erhalten. Sehr gut!

Zusätzlich findet er morgen in seinem Briefkasten eine charmante Erinnerung, die Ihr Angebot noch einmal verstärkt, mit einem zusätzlichen unwiderstehlichen „Bonbon“. Noch besser!

So wird aus einem Angebot ein Auftrag.

Individualisierte Kommunikation: hoch profitabel

Wie dieser ganzheitlich individualisierte Ansatz funktioniert, was das in harten Zahlen ausgedrückt bedeutet, und wie Sie einen derart profitablen Prozess mit Vertriebs Erfolgsgarantie in Ihrem eigenen Unternehmen umsetzen können, das lesen Sie hier.

Relevanz ist das Zauberwort

Relevant wird ein Angebot, wenn es mit Schnelligkeit überrascht, wenn es emotional ansprechend und, vor allem, nicht „von der Stange“ ist, sondern zu 100 Prozent individualisiert. Dann spiegelt es den Bedarf des Kunden. Ihr maximal relevantes Angebot kommt an!

Schnelligkeit und Individualisierung – das Erfolgsrezept

Wie schafft man die Voraussetzungen für Relevanz? Die Digitalisierung ermöglicht ein neues, nahtloses Zusammenspiel von Print- und Online-Dialog mit dem Kunden. Print steht dabei für Inszenierungsqualität, für das haptische Erlebnis, eine überzeugende Präsenz, für Verbindlichkeit und heute auch für Schnelligkeit. Print überzeugt

zusätzlich angesichts der digitalen Reizüberflutung und vor dem Hintergrund werblicher Einschränkungen wie der europäischen Datenschutz-Grundverordnung.

Ein aktuelles Beispiel aus der Praxis:

Der **Versandhändler Schäfer Shop** hat nicht nur für seine individuelle Kundenberatung in Sachen Büro-Einrichtung und -bedarf europaweit einen guten Namen, sondern auch für seine effiziente Kommunikation. **SmartCom** und die Druckerei **Michael Schiffer Dialog** schafften dafür die Prozesslösung zur automatisierten Erzeugung und Aussteuerung vollindividualisierter, intelligenter Kundenkommunikation. Print und Digital gehen hier Hand in Hand, und jedes Medium spielt seine individuellen Stärken aus. Das Ergebnis aus Kundensicht ist ein vollständig integrierter Dialog.

„
Funktioniert das? **Ja!**
Rechnet sich das? **Ja!**
Können Sie das auch? **Ja!**

Johannes van de Loo,
General Manager SmartCom

“

Das Erfolgsbeispiel von SSI Schäfer Shop



Schäfer Shop vertreibt über 80.000 Artikel in dem vielseitigen Sortiment Büro-Einrichtung/-Bedarf an Millionen von Kunden in unterschiedlichen Branchen. Das bedeutet Datenkomplexität sowohl im Angebot als auch in der Interaktion mit dem Kunden.

- In diesem Kontext ist vollständig individualisierte Kommunikation der wirkungsvollste Hebel für Umsatz und Ertrag.

Aufgabenstellung und Lösung

Die Aufgabenstellung:

Eine neue Dimension werblicher Kommunikation. Der bislang durch anlassbezogene Kampagnen geprägte Kundendialog sollte verkaufstärker gestaltet werden. Individualisierte, schnelle und vom Kunden selbst ausgelöste Trigger-Kampagnen sollten die Vertriebsleistung und damit die Profitabilität potenzieren.

Die Lösung:

Eine individuelle Prozess- und Produktlösung, die kanalübergreifend und individualisiert anlassbezogene und Trigger-Kampagnen steuert. Alles kann individualisiert werden: Kataloge (Adressträger bzw. Katalogaufleger, Umschlag, Inhalt), Mailings, E-Mail-Newsletter etc. Der Zeitaufwand für gedruckte und digital ausgespielte Werbemittel wird minimiert, so dass die Kommunikation Hand in Hand geht und vom Kunden vollständig integriert erlebt wird.

- Nie zuvor konnte vollständig individualisierte Kommunikation so schnell und so präzise auf den Punkt ausgespielt werden.

Programmatic Printing

Der einzigartige Vorteil liegt in der Kombination aus maximal individualisierter digitaler und Print-Kommunikation. Das ermöglicht ein Kundenerlebnis, wie es sein soll: Interessiert sich der Kunde beispielsweise für ein Produkt X auf der Webseite, findet er am nächsten Tag ein maßgeschneidertes Mailing in seinem Briefkasten.

Diese hohe Relevanz bringt nachweislich mehr aktionsbezogenen Response, erhöht die Kundenzufriedenheit, trägt damit zur Kundenbindung bei und steigert die Effizienz der eingesetzten Werbemittel.

Wie kommt man da hin?

Folgende Schritte haben sich in der Praxis bewährt:

- In einem Workshop entwickeln wir gemeinsam eine Individualisierungs-Roadmap
- Wir übernehmen das komplette Projektmanagement zur Umsetzung der Roadmap in die Praxis
- Wir entwickeln Workflows für den Schnittstellenbetrieb mit Kunden- und Produktdaten
- Wir liefern praktikable Lösungen zur automatisierten Content-Optimierung
- Die Aussteuerung der Inhalte für die individualisierte Kommunikation wird durch transparente Reportings einfacher. IT-Know-how braucht es dafür nicht
- Highspeed Digitaldruck gewährleistet Schnelligkeit, Korrektheit und Qualität aller Druckerzeugnisse im Rahmen der Kampagnen



„ Nie zuvor haben wir so individuell, zeitnah und erfolgreich über alle Kanäle kommuniziert. Dies trägt nachhaltig zu unserem Geschäftserfolg bei. “

Andreas Reuter, Geschäftsführer SSI Schäfer Shop

Schäfer Shop Use Case 1:

Katalog-Selfmailer (anlassbezogen):

- Seitenzahl: **20**
- Post-Porto: **20 g Grenze eingehalten**
- Gesamtanzahl beworbener Artikel: **4.733**
- Anzahl Artikelplatzierungen je Mailing: **41**
- Gesamtauflage: **200.000 Stück**
- Resultierende Anzahl unterschiedlicher Mailing-Varianten: **153.273**

Resultat:

- **Umsatz-Steigerung: + 10,1 %** bezogen auf beworbene Produkte
- **Auftragsquote:** gesteigert um **+ 15,2 %** im TOP-Kundensegment



Schäfer Shop Use Case 2:

Adressträger/Katalogaufleger (anlassbezogen):

Hinweis: wird in Verbindung mit einem Katalog versendet und trägt die Adresse des Empfängers sowie einen Bestellschein.

Hintergrund: Der Katalog als Kompendium wandert ins Regal, während der Adressträger kurzfristig auf dem Schreibtisch verweilt. Daher will man im Regal sowie auf dem Schreibtisch mit individuellen Angeboten für den Kunden präsent sein.

- Seitenzahl: **8**
- Produktflächen: **20**
- Auflage: **150.000 Stück**

Resultat:

- **Auftragseingang** je Produktfläche: gesteigert um **+ 318 %**
- **Auftragsquote** je Produktfläche : gesteigert um **+ 600 %**

Schäfer Shop Use Case 3:

Angebotsnachverfolgung (Trigger-Mailing):

Hintergrund: Angebote werden aus Zeit-/Kapazitätsgründen vom Vertrieb häufig nicht nachgefasst. Dank der neuen SmartCom-Lösung können automatisiert Angebote über ein Brief-Anschreiben nachgefasst werden, bei welchem Kunden durch individuelle Zusatz-Incentives zum Kauf animiert werden.

Besonderheit: Das Original-Angebot befindet sich als Bildausschnitt auf der Rückseite.

- Anzahl verschickter Angebots-Nachverfolgungs-Briefe: **744 Stück**

Resultat:

- **Auftragsquote: + 11,4 %**
- **Sechsstelliger Umsatzzuwachs**



Die perfekte Symbiose von Kompetenzen

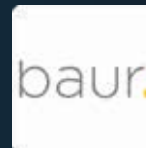
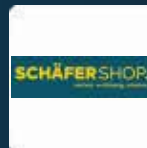
- Realtime! Schnittstelle zwischen Werbetreibendem und SmartCom
- Nutzung von vorhandenen Kunden- & Produkt-Daten
- Automation der variablen Datenströme für Print & Echtzeit-Trigger an der Schnittstelle von Online zu Print

Ihre Vorteile

- Relevanzsteigerung im Kundendialog durch 1:1 Individualisierung und Aktualität
- Print durchgängig in OmniChannel-Strategie integriert
- Return on Invest in kürzester Zeit
- DSGVO-Konformität, ganz ohne Double Opt-in

Unsere Referenzen

Unternehmen, die für mehr ROI bereits auf Programmatic Printing setzen:



Über uns

Integrieren Sie **Programmatic Printing** erfolgreich in Ihr Omnichannel-Marketing! Dafür ist SmartCom – als Beratungs- und Prozessspezialist für Kundenkommunikation – Ihr idealer Partner. Wir entwickeln für Sie automatisierte und selbstlernende Prozesslösungen für die Ausgabe von **hoch individualisierten Direct Mails, Postkarten, Katalogen und Katalogauflegern, Flyern/Handzetteln sowie intelligente Paketbeilagen**.

Stellen Sie die Kunden in den Mittelpunkt Ihrer Aktivitäten, so wird Ihre Kommunikation **relevanter, schneller und ertragreicher!** Unterstützen Sie die Kaufentscheidung Ihrer Kunden zum Beispiel mit Hilfe KI-basierter Next Best Offers aus Ihrem gesamten Produktportfolio. Fundierte Erkenntnisse über das Produkt- und Kundenverhalten ermöglichen schnelle, datengetriebene Entscheidungen für Ihren Geschäftserfolg. Nutzen Sie ihre vorhandenen Kundendaten **gewinnmaximierend** und verwenden Sie Dynamic Pricing für personalisierte Rabatte, Gutscheincodes und andere monetäre Anreize, um positive Kaufentscheidungen zu erzielen.

Werben Sie außerdem **kosteneffizienter** als je zuvor und stimmen Sie den Zeitpunkt und die Frequenz Ihrer Kundenansprache optimal auf Ihre Kunden ab. Erzielen Sie so mit jedem eingesetzten Marketing-Euro den maximalen Erfolg.

Für unsere Kunden in B2B und B2C bieten wir maßgeschneiderte Lösungen zur Vertrieboptimierung für **individualisierte Print-Kampagnen**, natürlich immer datenschutzkonform.

Ihr Ansprechpartner



Johannes van de Loo

Individualisierungs-Experte | SmartCom GmbH
+49(0) 2843 957-320 | j_vandeloo@smartcom.de

Unsere Leistungen



Whitepaper_SSI_v3_092021