

Newsletter mit hyperpersonalisierten Kaufimpulsen bei ORION Versand:

85 % mehr Umsatz und 45 % höhere Conversion durch Programmatic E-Mailing

Jede E-Mail ein Unikat

Mit KI analysieren Sie Kaufhistorien und erstellen **hyperpersonalisierte Angebote** mit maximaler Relevanz, die jeden Kunden genau zum richtigen Zeitpunkt erreichen. Durch clevere Auswertung verwandeln Sie diese Daten in passgenaue „**Next Best Offers**“, die exakt auf jeden Kunden zugeschnitten sind. So entstehen einzigartige E-Mail-Kampagnen mit individuellen Angeboten, die auffallen, wirken und Ihre Marketing-Effizienz deutlich steigern. Stärken Sie die emotionale Bindung zu Ihrer Marke und verwandeln Sie Sichtbarkeit direkt in Umsatz. Mehr Aufmerksamkeit, mehr Reaktionen, mehr Loyalität – **personalisiertes E-Mail-Marketing**, das wirklich verkauft.

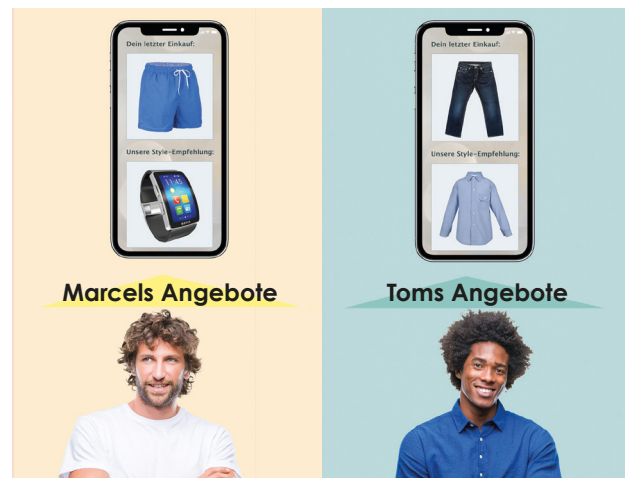
Datenbasiert. Intelligent. Nahtlos integriert.

Die relevante Empfehlung per E-Mail zum idealen Zeitpunkt an die richtige Person – automatisiert, datengetrieben und in Echtzeit: Programmatic E-Mailing ist eine KI-gestützte Form des E-Mail-Marketings, bei der personalisierte Nachrichten automatisiert auf Basis von Kundendaten, Verhalten und Vorhersagemodellen ausgespielt werden. Zusätzlich zum klassischen E-Mail-Marketing entstehen eine deutlich höhere Relevanz und ein gesteigertes Engagement, da Inhalte exakt auf die individuellen Bedürfnisse und das Verhalten jedes Kunden abgestimmt werden. Die Qualität des Targetings wird erheblich verbessert, woraus eine überzeugende Customer Experience resultiert.

Für Unternehmen bietet Programmatic E-Mailing neben strategischen Vorteilen auch operative und wirtschaftliche Benefits: Manuelle Kampagnenarbeit wird reduziert, die Prozesse lassen sich effizient skalieren, und die Konsistenz über alle Phasen des Customer Life Cycle bleibt gewahrt. Gleichzeitig steigert es Klick- und Conversion-Raten, erhöht den Umsatz durch kundenindividuelle Empfehlungen und spart Kosten durch automatisierte Abläufe.

Automatisiert. Personalisiert. Wirksam.

Programmatic E-Mailing gelingt durch Daten, die ohnehin vorliegen, wie Transaktions-, Kunden- und Produktdaten – denn hier liegt einzigartiges Potenzial, um Kaufimpulse 1:1-kundenindividuell auszuspielen. Diese Daten werden ergänzt durch Predictive Models und Machine Learning zur präzisen Personenanalyse. Trigger und Ereignislogiken



reagieren auf Kundenverhalten, die Ausspielung kann sogar in Echtzeit erfolgen. Dank der nahtlosen Integration in bestehende Marketing- und MarTech-Systeme lässt sich die Lösung direkt in vorhandene Prozesse einbinden. So sorgt sie für maximale Effizienz und Wirkung – und verwandelt Datengold in regelrechte Schätze.

SmartCom als Beratungs- und Prozessspezialist mit hoher Expertise in der Hyperpersonalisierung und Agnitas als erfahrener Technologiepartner für digitales Dialogmarketing haben dank ihrer Leistungsbausteine dem E-Commerce-Unternehmen ORION Versand dazu verholfen, seine Kunden mit hochgradig relevanten Kaufimpulsen anzusprechen. Wir stellen auf den folgenden Seiten die inspirierende Erfolgsgeschichte vor, wie Programmatic E-Mailing bei ORION Versand zum Response-Booster in der Kundenreaktivierung wurde.

ORION – Relevante Angebote per E-Mail

Bereits seit 1981 betreibt die ORION Versand GmbH & Co. KG ein Kataloggeschäft mit Erotikartikeln. Als einer der ersten Versandhändler Deutschlands startete ORION Versand 1995 einen eigenen Online-Shop.

Seit über 15 Jahren werden zur Unterstützung des Vertriebs mehrmals wöchentlich E-Mail-Newsletter zur Kundenkommunikation sowie Reaktivierung eingesetzt.

Aufgabenstellung und Lösung

ORION Versand verfolgte das Ziel, die bestehende E-Mail-Kommunikation stärker zu individualisieren und datengetrieben auszusteuern. Klassische Newsletter mit statischer Produktauswahl konnten den individuellen Bedarf, Kaufwahrscheinlichkeiten und Präferenzen der Empfänger nur eingeschränkt abbilden. Aufgrund der positiven Erfahrungen mit hyperpersonalisierten Empfehlungen im Print-Marketing sollte derselbe Mechanismus nun auf die E-Mail-Kommunikation gespiegelt werden.

Ziel war es, durch automatisierte Produktempfehlungen eine datengetriebene 1:1-Angebotskommunikation per E-Mail zu etablieren, die operative Prozesse automatisiert und gleichzeitig einen messbaren Beitrag zu Conversion und Umsatz leistet.

Individualisierungslogik: Next Best Offers im E-Mail-Kanal

Die Umsetzung basiert auf einer klaren Differenzierung zwischen Bestandskunden und Interessenten.

Bestandskunden erhalten Next Best Offers (NBOs), die auf Basis von Kauf- und Interaktionshistorien ermittelt werden. Mithilfe von KI-gestützten Modellen und Regelwerken werden für jede Person jene Produkte priorisiert, die mit der höchsten Wahr-

scheinlichkeit zu einem Kauf führen. Für Empfänger ohne ausreichende Historie kommen definierte Fallback-Logiken zum Einsatz, etwa Bestseller oder Empfehlungen mit Kampagnenbezug. Dieses Vorgehen ermöglicht eine strukturierte Gegenüberstellung von individualisierten und nicht-individualisierten Inhalten.

Technische Umsetzung:

SmartCom Recommendation Service im AGNITAS EMM

Die technische Implementierung erfolgte durch die Integration des SmartCom Recommendation Service in den AGNITAS E-Marketing Manager (EMM). Innerhalb des EMM wurden modulare Newsletter-Templates mit vordefinierten Produktmodulen aufgebaut, die automatisiert und empfängerindividuell mit KI-basierten Kaufimpulsen befüllt werden.

Die Produktauswahl und Priorisierung erfolgt automatisiert durch SmartCom auf Basis der verfügbaren Datenlage. Regelbasierte Logiken und Fallbacks stellen sicher, dass jede E-Mail konsistent, skalierbar und stets ausspielbar ist.

Datenbasis, Tracking & Datenschutz

Für die Individualisierung werden Produkt-, Transaktions- und Kampagnendaten genutzt. Das Tracking ermöglicht eine differenzierte Auswertung von Klicks, Conversions und Umsätzen auf Ebene der Empfehlungslogiken.

Der Versand der E-Mails erfolgt ausschließlich auf Basis eines gültigen Double-Opt-in-Verfahrens. Darüber hinaus informiert ORION Versand transparent über den Einsatz personalisierter Inhalte und erfüllt alle geltenden datenschutzrechtlichen Anforderungen.



”

„Durch den Einsatz der Recommendation Engine von SmartCom konnten wir die Beziehung zu unseren Kund:innen auf ein ganz neues Level heben. Die hyperpersonalisierten Produktempfehlungen ermöglichen es uns, deutlich relevanteren Content auszuspielen, der Aufmerksamkeit schafft und Vertrauen stärkt. Dass sich dieser Ansatz auszahlt, zeigt auch die positive Entwicklung unserer Umsätze im Stammkundensegment.“

Julia Moosdorf, E-Mail-Marketing-Managerin, ORION Versand

“

Content-Skalierung: Effizientes Zusammenspiel von Mensch & KI

Die KI übernimmt die datenbasierte Auswahl der Produkte, während Mitarbeitende weiterhin den thematischen Rahmen, das Storytelling und die kreative Ausgestaltung der Newsletter verantworten.

Dadurch entfällt die manuelle Produktauswahl. Es werden nun auch solche Artikel berücksichtigt, die aufgrund individueller Kaufhistorien besonders relevant sind, jedoch manuell selten ausgewählt worden wären. Dies führt zu einer deutlichen Effizienzsteigerung und zu einer höheren inhaltlichen Relevanz der E-Mail-Kommunikation.

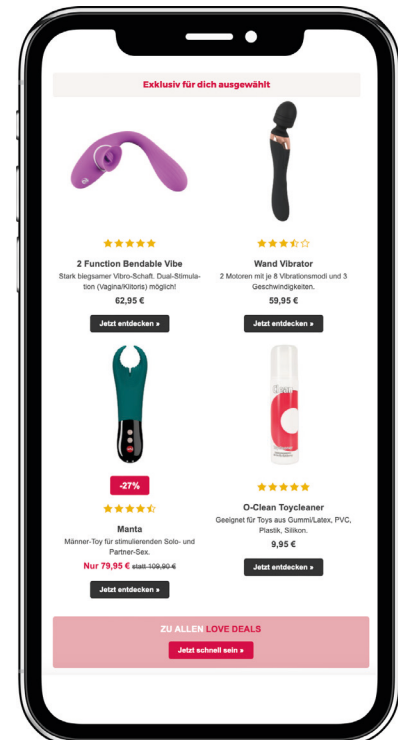
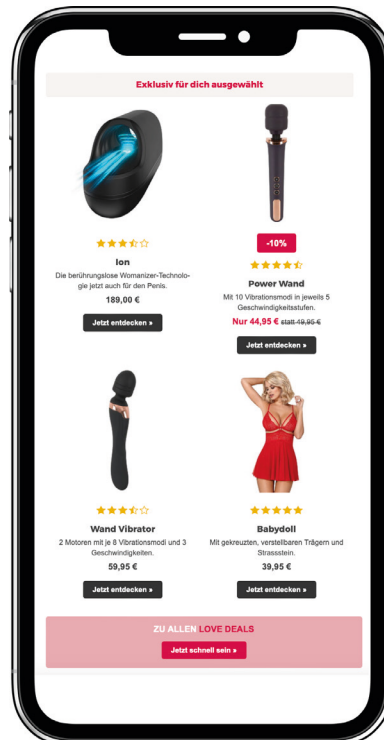
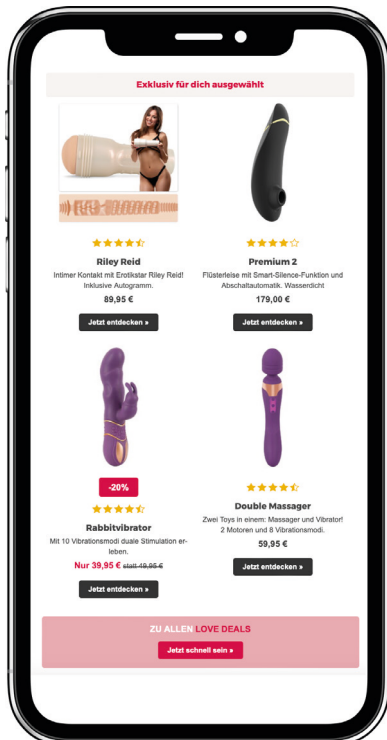
Ergebnisse & KPIs

Die getrennte Auswertung von KI-basierten NBOs und Fallback-Inhalten zeigt, dass die hyperpersonalisierten

Produktempfehlungen einen signifikanten Beitrag zur Performance der Newsletter leisten. Ein großer Anteil von Conversions und Umsätzen entfällt im direkten Vergleich auf die automatisierten Kaufimpulse (60% Klickrate), während Fallback-Inhalte geringere Beträge erzielen (40% Klickrate). Damit bestätigt sich der messbare Effekt datengetriebener 1:1-Ansprache im E-Mail-Marketing.

+45 %
Conversion
mit KI-basierten NBOs

+85 %
Umsatz
mit KI-basierten NBOs



4 persönliche NBOs in jedem Newsletter, ermittelt anhand der Kaufhistorie des Empfängers

Globale Effekte

Dänemark und die Schweiz wurden in E-Mail-Kampagnen vor Einführung von Programmatic E-Mailing aufgrund eigener Währungen kaum manuell bespielt. Mit Einführung der automatisiert generierten NBOs änderte sich das grundlegend.

Besonders in Dänemark war der Effekt durchschlagend: Newsletter-Abonnenten, die zuvor kaum individuell angesprochen wurden, reagierten stark auf hyperpersonalisierte Empfehlungen – die **Umsätze stiegen um bis zu 165 %** (retourenbereinigt, netto). Der Aufwärtstrend hält langfristig an. Ähnlich verhält es sich in der Schweiz.

Automatisierte Skalierbarkeit

Newsletter, die mit kundenindividuellen Kaufimpulsen via Programmatic E-Mailing bestückt werden, entfalten damit besonders in zuvor wenig betreuten Märkten großes Potenzial und erzielen bei geringem Aufwand deutliche Umsatzsteigerungen.

Weitere Anwendungen

Nach dem smarten Start in Programmatic E-Mailing eröffnen sich weitere Marketing-Potenziale für ORION Versand, die hochperformanten Recommendations auch auf andere weitere Use Cases zu adaptieren:

Warenkorbabbrecher-Reaktivierung

Abgebrochene Warenkörbe werden durch gezielte Ansprache wieder aktiviert: Produkt-Reminder, zeitlich begrenzte Angebote sowie hyperpersonalisierte Empfehlungen steigern die Wahrscheinlichkeit eines Kaufabschlusses.

Merklisten-Nachfass

Kunden werden gezielt an gespeicherte Produkte erinnert, wobei personalisierte Inhalte, Preisupdates, Verfügbarkeits-Hinweise sowie NBOs den Kaufimpuls verstärken.

Loyalty-Programme

Die E-Mail wird als zentraler Kanal genutzt, um Kunden regelmäßig über ihren Loyalitätsstatus zu informieren und z. B. personalisierte Belohnungen (exklusive Gutscheine, Early Access, Geburtstagsboni) auszuspielen.

Wir machen Ihre Angebotskommunikation hochperformant

- Realtime! Schnittstelle zwischen Werbetreibendem und Individualisierungs-Experten
- Intelligentes Matching von vorhandenen Kunden- & Produkt-Daten
- Automation der variablen Datenströme

Ihre Vorteile

- Relevanzsteigerung im Kundendialog durch 1:1-Individualisierung und Aktualität
- Print- & E-Mail-Kommunikation durchgängig in OmniChannel-Strategie implementiert
- Return on Marketing Invest in kürzester Zeit
- DSGVO-Konformität
- Technische Integration vorgedacht und in die Praxis geführt durch zuverlässige Partner

Unsere Referenzen

Unternehmen, die für einen gesteigerten ROMI bereits auf Programmatic Printing & E-Mailing setzen:



Über AGNITAS

Die AGNITAS AG ist ein erfahrener Technologiepartner für professionelles **digitales Dialogmarketing**. Seit 1999 unterstützt AGNITAS Unternehmen dabei, ihre Kundenkommunikation effizient, personalisiert und datenbasiert zu gestalten. Der Fokus liegt dabei auf nachhaltigen Kundenbeziehungen und messbarem Marketing-Erfolg.

Herzstück des Portfolios ist der AGNITAS E-Marketing Manager (EMM) – eine leistungsstarke Allround-Plattform für E-Mail-Marketing und Marketing Automation. Der EMM vereint **Content Marketing, Lead Management** und **automatisierte Kampagnensteuerung** in einer zentralen Lösung und ermöglicht eine konsistente, datengetriebene Kundenansprache per E-Mail, Mobile und Web Push.

Ob als **Inhouse-Applikation** oder als **Software-as-a-Service**: Der EMM erfüllt höchste Anforderungen an Flexibilität, Skalierbarkeit und Datensicherheit. Dank seiner modularen Architektur lässt sich die Plattform individuell an unterschiedliche Geschäftsmodelle anpassen – von standardisierten Setups bis hin zu hochindividualisierten Lösungen. Zahlreiche Auszeichnungen bestätigen die Qualität und Innovationskraft der Applikation.



Alexander Franz

Leitung Key Account Management
AGNITAS AG
+49 (0)89 5529 08-73
afr@agnitas.de
www.agnitas.de

Über SmartCom

Integrieren Sie **Programmatic Printing & E-Mailing** erfolgreich in Ihr OmniChannel-Marketing! Dafür ist SmartCom – als Beratungs- und Prozessspezialist für **1:1-Kundenkommunikation** – Ihr idealer Partner. Wir unterstützen Sie mit unserer Expertise rund um KI-basiertes Cross- & Upselling, die Reaktivierung Ihrer Warenkorbabbrüche, den Merklisten-Nachfass und die Gewinnung von Neukunden für Ihr Unternehmen. Wir entwickeln dafür aufbauend auf Ihrer Datenlage automatisierte Prozesslösungen für die Ausgabe von hoch individualisierten **Direct Mails** und **Katalogen** sowie empfängerspezifischen **Paketbeilagen** und **E-Mails**.

Stellen Sie die Kunden in den Mittelpunkt Ihrer Aktivitäten, so wird Ihre Kommunikation **relevanter, schneller und ertragreicher!** Werben Sie **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 Vertriebsoptimierung für **hyperpersonalisierte Print- & E-Mail-Kampagnen**, immer datenschutzkonform.



Johannes van de Loo

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