

# Automatisierte Mailings und E-Mail-Marketing wirken in Cross-Channel-Kampagnen profitabel zusammen



Conversion-Raten  
**verdoppelt**

### Personalisierung

Personalisierte Mailings werden stark segmentiert versendet und erhöhen die Erfolgsrate signifikant.



Aufwandsreduzierung  
**50 %**

### Automatisierung

Echtzeit-Trigger lösen Aussendungen der personalisierten Mailings automatisch aus und reduzieren manuellen Aufwand.



Return on Investment  
**230 %**

### Cross-Channel-Effekte

Die Cross-Channel-Reaktivierung durch eine E-Mail und Direct Mail Kombination schafft zusätzliche Umsatz-Effekte.



Als bestes Tool in Europa zur Automatisierung von Mailing-Kampagnen ermöglicht es uns optilyz auch stark segmentierte Kampagnen mit minimalem Aufwand umzusetzen.

**Dr. Florian Bonnet,**  
Global Head of CRM bei HelloFresh

## Die Zielsetzung

HelloFresh ist weltweiter Marktführer im Versand-Kochboxen-Segment. Das Unternehmen ist derzeit in den USA, Großbritannien, Deutschland, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Australien, Österreich, der Schweiz sowie in Kanada tätig und beschäftigt rund 2.000 Mitarbeiter. Weitere Büros befinden sich in New York, London, Amsterdam, Sydney, Zürich und Toronto. Außerdem betreibt HelloFresh weltweit sieben Fulfillment Center. Im Dreimonatszeitraum vom 1. April 2017 bis 30. Juni 2017 hat HelloFresh 33,7 Millionen Mahlzeiten an über 1,25 Millionen Abonnenten ausgeliefert und erzielte im gleichen Jahr einen Jahresumsatz von rund 900 Millionen Euro. Die Financial Times ernannte HelloFresh zum schnellst wachsenden Unternehmen in Europa, gemessen am Umsatzwachstum im Zeitraum von 2012 bis 2015.

HelloFresh spricht seine Bestandskunden mit einer Cross-Channel-Strategie auf verschiedenen Kanälen an. Zum Marketing-Mix des Unternehmens gehört auch der postalische Kanal. Allerdings war dieser bisher nicht in die Marketing-Cloud integriert. Das führte dazu, dass postalische Mailings nur mit hohem manuellen Aufwand auf die anderen Kanäle abgestimmt werden konnten.

## Die Lösung

HelloFresh hat optilyz in seiner Marketing-Cloud aktiviert. Automatisierte Mailings werden so optimal abgestimmt auf die anderen Kanäle eingesetzt, um Kunden zum richtigen Zeitpunkt mit relevanten Inhalten zu reaktivieren. Außerdem wird mühelos erprobt, wie sich E-Mail-Marketing und postalische Mailings am profitabelsten für Cross-Channel-Kampagnen ergänzen lassen:

- Personalisierte Mailings werden stark segmentiert versendet
- Echtzeit-Trigger lösen Aussendung der personalisierten Mailings automatisch aus
- Cross-Channel-Reaktivierung schließt Briefe mit ein

# Sie wollen den Erfolg Ihrer Print-Mailing Kampagnen maximieren?



## Kontaktieren Sie uns!



[info@optilyz.com](mailto:info@optilyz.com)



+49 30 9227 7016



[www.optilyz.com](http://www.optilyz.com)