

Postalische Mailings steigern App-Downloads und Einkäufe bei OUTFITTERY



Conversion-Raten
ca. 5%

Länderübergreifend

Es können verschiedene Kundensegmente in der DACH-Region einfach über optilyz individuell angesteuert werden.



Uplift in App-Downloads
47 %

Reaktivierung und Kundenbindung

Hochwertige und personalisierte Mailings reaktivieren inaktive und bindet treue Kunden.



Anteil der App-Einkäufe
22 %

App-Downloads

Durch postalische Mailings können die App-Downloads sowie die App-Gutschein-Einlösungen deutlich gesteigert werden.



Die postalische Kampagne war der perfekte Anstoß, den wir für unsere App brauchten - Einkäufe & Mobile Share sind deutlich gestiegen.

Daniel Preuß,
Retention Manager bei OUTFITTERY

Das Unternehmen

OUTFITTERY ist Europas größter Personal Shopping Service für Männer. Als Kunde von OUTFITTERY durchläuft man zunächst einen kurzen Fragebogen zu Kleidungsstil, Größen und Preispräferenzen. Ein persönlicher Stylist stellt daraufhin eine Auswahl an Kleidung zusammen, die bequem zur Anprobe nach Hause geschickt wird. Dabei hat OUTFITTERY rund 100 Modemarken im Angebot. Das Unternehmen beschäftigt rund 450 Mitarbeiter. Bislang wurden rund eine Million Männer eingekleidet. OUTFITTERY ist derzeit in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Schweden, Dänemark und Frankreich aktiv.

Die Zielsetzung

Im Herbst 2018 startete OUTFITTERY ein Rebranding der Marke - mit neuem Logo, Claim und neuen Kampagnen. Dabei hatte sich OUTFITTERY zum Ziel gesetzt, inaktive Kunden zu aktivieren sowie die Bindung zu aktiven Kunden zu erhöhen. Die Kampagne enthielt eine Übersicht zu neuen Services sowie die Vorstellung der neuen Herbst/Winter Trends. Weiters sollte in der Kampagne die erneuerte App des Unternehmens promotet werden, mit dem Ziel, die App-Downloads zu erhöhen sowie Bestellungen zu generieren.

Die Herausforderung

Die Zielgruppe der Kampagne setzt sich hierbei aus verschiedenen Kundensegmenten zusammen und bestand in einem Teil aus inaktiven und aktiven Nutzern in der DACH-Region zusammen. Die operative herausforderung bestand also darin, eine Vielzahl an Segmenten ohne großen Aufwand mit einem personalisierten Mailing anzusprechen und dabei die formalen Unterscheidungen der einzelnen Zielmärkte zu berücksichtigen.



”

Mit optilyz haben wir einen strategischen und operativen Partner gefunden, um unsere hochsegmentierte, länderübergreifende postalische Kampagne einfach auszusteuern - so können wir ganz einfach die richtigen Zielgruppen mit dem passenden Content zum bestmöglichen Zeitpunkt erreichen.

Daniel Preuß,
Retention Manager bei OUTFITTERY

Die Lösung

Mit optilyz konnte OUTFITTERY ganz einfach individuelle und Segment spezifische Mailings an verschiedene Buyer Personas in unterschiedlichen Ländern senden. Die Kundendaten wurden dabei durch die Marketing Cloud segmentiert und anschließend an optilyz übertragen. nach erfolgreichen A/B testings in der Vergangenheit entschied sich OUTFITTERY, bei dieser Kampagne für einen Selfmailer. Die verschiedenen Designs pro Kundensegment wurden per Klick hochgeladen, sodass die Kampagne in wenigen Minuten erstellt werden.

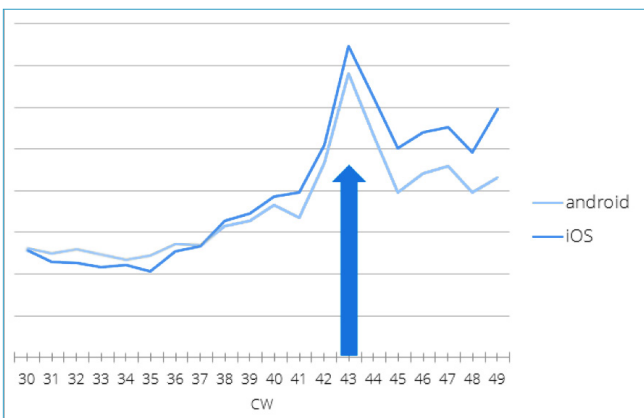
Der personalisierte Selfmailer mit ansprechendem Design im Din Lang Format erreichte mehrere hunderttausend Kunden aus verschiedenen Segmenten in DACH. Der Versand wurde dabei stets mit der lokalen Post, mit Hilfe von optilyz, abgewickelt. Um die Zustellrate zu steigern, nutzte OUTFITTERY die Adressbereinigung von optilyz.



Komplexe Kampagne in wenigen Klicks angelegt

Das Ergebnis

Die Conversion Rate der postalischen Mailings lag durchschnittlich über alle Segmente bei 4,5% und erreichte sogar bei den inaktiven Kunden eine Conversion Rate von 3%. Somit war die Contribution Margin 3 (nach Marketingausgaben) deutlich positiv.



Uplift der App-Downloads von 47% in der Woche der Zustellung

Die App-Downloads profitierten von der postalischen Kampagne - so generierte der Selfmailer einen Uplift der App-Downloads von 47% in der Woche der Zustellung. Außerdem konnten 22% aller Bestellungen über die App generiert werden. Durch die starke Performance der Kampagne war die App der zweitstärkste Verkaufskanal.

Langfristig hatte der Channel-Mix einen positiven Einfluss auf die Kundenbindung gezeigt, sodass ein Großteil der Kunden in den Folgemonaten erneut konvertieren.

- Verschiedene Kundensegmente in DACH werden einfach über optilyz individuell angesteuert.
- Hochwertiges und personalisiertes Mailing reaktiviert inaktive und bindet treue Kunden.
- App-Downloads sowie App-Gutschein-Einlösungen werden deutlich gesteigert.

Sie wollen den Erfolg Ihrer Print-Mailing Kampagnen maximieren?



Kontaktieren Sie uns!



info@optilyz.com



+49 30 9227 7016



www.optilyz.com