

## Personalisierte E-Mails schlagen Topseller-Newsletter

*Karlsruhe, 23.11.17* – Etwa die Hälfte aller Shop-Besucher melden sich vom Newsletter ab, wenn dieser nicht personalisiert ist<sup>1</sup>. Relevanter und individueller Inhalt, mit dem sich der Kunde identifizieren kann, ist jedoch essentiell für eine erfolgreiche Kundenbindung. Wie Online-Shops es schaffen, mit personalisiertem E-Mail-Marketing der epoq internet services GmbH den Umsatz durch Newsletter-Marketing zu erhöhen, zeigt das Unternehmen Golf House. Der Anbieter rund um den Golfsport steigerte mithilfe der intelligenten und einfach zu integrierenden Software den Newsletter-Traffic. Dabei wurden 65,3 % des Traffics über die personalisierte E-Mail erzielt. Das entspricht einer 1,9-fachen Steigerung gegenüber dem Newsletter mit Topsellern. Die selbstlernende Software von epoq nutzt dabei das bisherige Klick- und Kaufverhalten des Kunden aus dem Online-Shop zur Personalisierung in der E-Mail und bindet ihn durch relevante Inhalte.

In Zeiten steigender Informationsflut ist es wichtig, dem Kunden ein besonderes Erlebnis beim Online-Shopping zu bieten – und dazu ist eine personalisierte Ansprache notwendig. Mithilfe des einfach zu integrierenden Trackingcodes von epoq kann Golf House an Kunden mit einer Historie, deren Klick- und Kaufverhalten bereits bekannt ist, eine personalisierte E-Mail schicken. „Der Kunde öffnet den Newsletter, unsere Software berechnet daraufhin die individuellen Produktempfehlungen in Echtzeit und prüft dabei direkt die Verfügbarkeit der passenden Artikel“, erklärt Thorsten Mühling, Geschäftsführer von epoq. „Darauf aufbauend werden dem Kunden die relevanten Inhalte angezeigt.“ Kunden ohne Historie erhalten dagegen einen Newsletter mit Topsellern.

### Mehr Newsletter-Klicks, mehr Traffic, mehr Umsatz

Mithilfe von E-Mail-Marketing konnte Golf House bereits mehr Online-Shop-Besucher verzeichnen, nun galt es herauszufinden: Wie viel Traffic generiert das persönliche E-Mail-Marketing im Vergleich zu einem Newsletter mit Topsellern? Antwort auf diese Frage konnte epoq nach einer Auswertung der bisher gewonnenen Daten geben. Mitte dieses Jahres führte epoq eine dreimonatige Analyse des E-Mail-Marketings von Golf House durch. Dabei untersuchte der E-Commerce-Experte die Anzahl der E-Mail-Öffnungen, die Anzahl der Klicks, die Converted Sessions sowie den Umsatz. Die Auswertung lieferte ein klares Ergebnis: Personalisierte E-Mails schlagen Newsletter mit Topsellern haushoch.

---

<sup>1</sup> <http://www.emailvendorselection.com/recommendation-engines-for-email-marketing/>

<b>Ergebnis der personalisierten E-Mail im Vergleich zum Newsletter mit Topsellern</b>
--

<b>1,9-fach mehr Traffic</b>
------------------------------

<b>6,5-fach mehr Conversion</b>
---------------------------------

<b>2,3-fach höhere Klickrate</b>
----------------------------------

<b>10,4-fach mehr Umsatz</b>
------------------------------

Durch die auf das Klick- und Kaufverhalten abgestimmten Empfehlungen, konnte die Klickrate im Newsletter um ein Vielfaches gesteigert und gleichzeitig eine höhere Besucheranzahl im Webshop gemessen werden. Insgesamt 65,3% des Newsletter-Traffics sind dabei auf das personalisierte E-Mail-Marketing zurückzuführen. Auch der Umsatz wurde angekurbelt: Insgesamt konnten 91,2% des Newsletter-Umsatzes allein durch personalisiertes E-Mail-Marketing generiert werden. Denn die Golfliebhaber wurden individuell angesprochen und konnten sich durch die personalisierten Empfehlungen direkt mit den einzelnen Produkten identifizieren. Der Versand eines Newsletters mit Topsellern eignet sich dagegen als Ersatzstrategie für die Ansprache der Kunden, deren Einkaufs- und Nutzungsverhalten noch nicht bekannt ist.

Neben dem Versand personalisierter und relevanter Inhalte können mit der Software von epoq verschiedene Marketing-Strategien verfolgt werden. Ist etwa ein neuer Golfschläger von TaylorMade im Online-Shop eingegangen, kann ein Spezial-Newsletter an eine ausgewählte Gruppe versandt werden, welche die größte Kaufwahrscheinlichkeit für diese Marke aufweist. Egal ob man Trends anteaern, Kunden reaktivieren oder den LifeCycle des Kunden einbinden möchte – personalisiertes E-Mail-Marketing erzielt durch relevante und individuelle Inhalte eine langfristige Kundenbindung und ist damit ein strategischer Erfolgsfaktor für jedes Unternehmen.

### **epoq internet services GmbH**

Die epoq internet services GmbH stellt ihren Kunden eine einzigartige Software Suite zur ganzheitlichen Online-Shop Personalisierung bereit. Mit den maßgeschneiderten Services schafft epoq einzigartige Shopperlebnisse, entlang der gesamten Customer Journey.

Das Portfolio umfasst eine intelligente Suche, Guided Selling, eine Recommendation Engine und personalisierte E-Mails, die für eine einzigartige Customer Experience sorgen. In über 550 Integrationen weltweit sorgt die maßgeschneiderte epoq Suite dafür, die Bedürfnisse der Händler, Marken und Shop-Besucher zu erfüllen. Die Services sind einfach zu integrieren und als Software-as-a-Service modular einsetzbar.

#### **Kontakt**

epoq internet services GmbH  
 Daniela Ilincic  
 +49 (0) 721 – 89 33 4 118  
 ilincic@epoq.de

#### **Pressekontakt**

factum – Ehrliche Kommunikation  
 Jörg Röthlingshöfer  
 +49 89 8091317-10  
 roethlingshoefer@factum-pr.com