

Conversion Marketing

Valentins optimiert Dialogmarketing mit Selligent

Online-Shop will Newsletter-Conversion und Effizienz steigern sowie Kunden differenzierter ansprechen / Selligent Interactive Marketing ist Plattform der Wahl

Die Valentins GmbH, Tochter der Hubert Burda Media Holding KG, ist einer der größten deutschen Online-Shops für Blumen und personalisierte Geschenke. Zur Weiterentwicklung der Dialogmarketing-Aktivitäten machte sich Marketing Managerin Kirsten Blessing auf die Suche nach einer professionellen Software-Lösung. Diese soll die Newsletter-Conversion nachweislich steigern, eine differenziertere Kundenansprache ermöglichen und den Arbeitsaufwand bei Mailings senken. Valentins entschied sich für die 1:1-Marketing-Suite Selligent Interactive Marketing (SIM).

50 Mitarbeiter des Online-Shops Valentins kümmern sich von Mörfelden-Walldorf bei Frankfurt aus um die Vermarktung und den Versand von Blumensträußen und personalisierten Geschenken. Neben einer Reihe von Marketing-Maßnahmen wie Kooperationen, Couponing, SEO und Social Media-Kommunikation setzt Valentins auch auf klassisches Dialogmarketing, beispielsweise in Form eines Kundennewsletters. „Diesen haben wir bislang mit einer selbstentwickelten Lösung verschickt“, erzählt Kirsten Blessing. „Doch dieses Tool bietet zurzeit nicht alle Möglichkeiten, die

Presseinformation
München, 29.09.2011

Valentins
BLUMEN & GESCHENKE



Valentins, einer der größten deutschen Online-Shops für Blumen und personalisierte Geschenke, setzt auf Selligent Interactive Marketing.

Bilder unter <http://selligent.talkabout.de>

wir gerne hätten. Die Programmierung der Features wäre möglich, doch wenn es einen professionellen Anbieter dafür gibt, kann man diesen auch nutzen.“

1:1 stärken

Im April 2011 begann Kirsten Blessing damit, sich am Markt umzusehen. Zuvor hatte sie die Anforderungen an ein neues System klar definiert: Vor allem sollte es die 1:1-Fähigkeiten der Kundenansprache stärken, einen höheren Grad an Personalisierung der Mailings erlauben und Möglichkeiten zum dialogischen Nachfass nach der ersten Ansprache bieten. „Wir wollen zum Beispiel in der Lage sein, unseren Kunden immer relevante Informationen per E-Mail oder auch Post zukommen zu lassen und Sie durch Scenario Based Dialogmarketing durch den gesamten Customer Life Cycle mit spannenden Angeboten auf dem Laufenden halten.“ so die Marketing Managerin. Ergänzend dazu soll sich die neue Lösung einfach an das bestehende CRM-System anbinden lassen, um einen unkomplizierten Datenaustausch zu sichern.

All-in-One-Suite

„Wir haben fünf Lösungen geprüft“, sagt Kirsten Blessing, „und in Punkto Kampagnen-Möglichkeiten, Usability und Schnittstellen landete Selligent Interactive Marketing ganz vorn. SIM ist keine reine E-Mail-Marketing-Suite, sondern ein kombiniertes Strategie-, Mailing-, Landing-Page-, Auswertungs- und CRM-Tool.“ Bei Valentins sollen in Zukunft mehrere Abteilungen mit SIM arbeiten: das Marketing-Team zur Planung und Überwachung der Kampagnen, die Grafik-Abteilung zur Gestaltung der Mailings und Landing-Pages sowie unterstützend die IT. Deshalb ist Kirsten Blessing eine einfache Handhabung besonders

Über Valentins

Die Valentins GmbH (www.valentins.de) mit Sitz in Mörfelden-Walldorf hat sich seit Mai 2000 als einer der führenden Blumen-Direktversender etabliert. Durch das ungewöhnliche Logistik-System, bei dem die sonst üblichen Zwischenstationen beim Groß- und Einzelhandel ausgelassen werden, erreichen die Blumen den Endkunden besonders frisch. Als erster Anbieter in Deutschland gewährte Valentins eine 7-Tage-Frischegarantie auf alle Blumensträuße. Jeder Valentinsstrauß wird von Floristen handgebunden und exakt so ausgeliefert wie abgebildet. Die Lieferung erfolgt bundesweit innerhalb von 24 Stunden. Zahlreiche Testsiege und Testurteile – wie etwa „sehr gut“ im Magazin Ökotest (Jahrbuch 2005) – belegen die Zuverlässigkeit von Valentins. Das Sortiment umfasst ein saisonal wechselndes Angebot von ausgefallenen Blumenarrangements sowie originelle Geschenkideen wie personalisierte Weine und Kalender, heliumgefüllte Ballon-Sets, Flaschenpost und vieles mehr. Zu den Kunden von Valentins zählen sowohl Endkonsumenten als auch Firmenkunden wie American Express, Avon, Debitel, Eurocard, Hewlett Packard, Mobilcom, OTTO, Procter & Gamble, Siemens, T-Mobile und TUI. Seit Dezember 2007 ist Valentins Mitglied des Flower Label Programmes (FLP), das sich für sozialverträglichen und umweltgerechten Blumenanbau in Entwicklungsländern einsetzt. Valentins ist eine Beteiligung der Hubert Burda Media.

Pressekontakt

Valentins GmbH
Rüdiger Barth & Kirsten Blessing
An der Brücke 24
D-64546 Mörfelden-Walldorf
Tel.: 06105-30 77 1-0
Fax: 06105-30 77 1-23
E-Mail: barth@valentins.de
blessing@valentins.de

Weitere Informationen

talkabout communications gmbh
Florian Hohenauer/Stefan Stojanow
Balanstraße 73 / Gebäude 10
81541 München
Tel.: +49 89 459954-17/-18
E-Mail: fhohenauer@talkabout.de
sstojanow@talkabout.de
Internet: <http://www.talkabout.de>

Selligent GmbH

Franco Paolucci, Director DACH
Landwehrstrasse 61
80336 München
Tel.: +49-89-20008-5030
Fax: +49 89 9218 5723
E-Mail: info.de@selligent.com
Internet: www.selligent.com/de

Über Selligent

Selligent ist Spezialist für Conversion Marketing und interaktive CRM-Lösungen. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt die „Selligent Interactive Marketing“-Suite (SIM), eine Lösung, die crossmediale und hochpersonalisierte 1:1-Marketing-Kampagnen ermöglicht. Die Lösung verspricht eine individuellere Ansprache und dadurch ein besseres Kundenerlebnis, höhere Conversion-Raten, eine höhere Profitabilität und eine geringere Kundenfluktuation. Über 700 Unternehmen aus allen Marktsegmenten arbeiten mit Lösungen von Selligent, unter anderem aus den Branchen Handel, E-Commerce, Finanzdienstleistung, Telekommunikation, Media und Verlag, Automobil, Gesundheit und Fertigung. Selligent hat zudem ein starkes Partnernetzwerk in der Marketingbranche aufgebaut. So setzen Agenturen für Kundenprojekte auf Selligent. Selligent wurde 1990 gegründet, der Hauptsitz befindet sich in Braine-l'Alleud in Belgien. Niederlassungen gibt es in den Niederlanden, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und China. Selligent beschäftigt heute um die 150 Mitarbeiter, die zum Jahresumsatz von fast 20 Millionen Euro im Jahr 2010 beigetragen haben.

wichtig. Auch die Analyse- und Reporting-Funktionen haben überzeugt: „Mit der Software kann ich nicht nur nachvollziehen, welches meiner Mailings erfolgreich war, sondern auch, welche Inhalte des Mailings den Ausschlag für den Klick oder den Kauf gaben.“

Potenzial erschließen

Valentins entschied sich Ende Mai für die Selligent-Suite. Aktuell läuft die Implementierung, die unter anderem die Anbindung der Lösung an das bestehende CRM-System umfasst. SIM greift dort auf Daten zu und spielt Informationen zu den Interaktionen der Nutzer mit den Dialogangeboten auch wieder zurück. Selligent-Berater unterstützen Kirsten Blessing anschließend bei der Ausgestaltung erster Kampagnen und trainieren sie und ihr Team an der Software. „Unternehmen wie Valentins, die bereits Erfahrung mit E-Mail-Marketing haben und nun neue Ideen verwirklichen wollen, sind unsere liebsten Kunden“, so Franco Paolucci, Director DACH bei Selligent. „Sie verstehen das Potenzial unserer Lösung für ihr Geschäft auf Anhieb und erreichen nach der Implementierung sehr schnell einen hohen Wirkungsgrad.“

Über Selligent Interactive Marketing

SIM versetzt Marketing-Verantwortliche in die Lage, mehrstufige, interaktive und cross-mediale Kampagnen über alle Kanäle hinweg zu planen, zu entwickeln, zu testen, umzusetzen und auszuwerten. Mittels der Suite gelingt es, Kunden trotz hoher Automatisierung individuell anzusprechen. Eine höhere Relevanz der individuellen Botschaften steigert die Conversion. Funktionsumfang und Funktionstiefe sowie die einfache Handhabung von SIM – Marketer benötigen keine

Unterstützung der IT-Abteilung mehr – steigern die
Effizienz des Kampagnenmanagements deutlich.

* * *