



PROGNOSEMODELL

ABMELDEN: ZAHL DER OPT-OUTS UM 31% SENKEN

DAS PROBLEM

Kontaktverlust bedeutet Umsatzverlust. Daher sind Abmeldungen vom Newsletter ein Problem. Aber was, wenn Sie Abmeldungen vorhersagen könnten, bevor sie geschehen? Wenn Sie proaktiv gegensteuern, das Engagement des Empfängers steigern und die Integrität Ihrer Daten sichern könnten?

Wie bei vielen Unternehmen ist die E-Mail-Kommunikation des Juweliers John Greed ein entscheidendes Instrument, um Kunden zu gewinnen und Verkäufe voranzutreiben. John Greed suchte nach einer Möglichkeit, seine Datenbank zu optimieren und Kunden mit hoher Abmeldegefahr zu identifizieren.

RedEyes Prognosemodell ist Teil unserer Marketing-Automations-Lösung Contour und ermöglicht präzise Prognosen zur Abmeldeneigung der Empfänger. John Greed konnte diese Kunden erkennen und gezielt ansprechen.

DAS PROGNOSEMODELL

Wir implementierten unser einzigartiges Abmeldungs-Prognosemodell in John Greeds laufende E-Mail-Kampagnen. Das Modell berechnet anhand zahlreicher Faktoren inkl. des Kundenverhaltens die Wahrscheinlichkeit, mit der sich ein Empfänger vom Newsletter abmeldet.

Um die Wirksamkeit des Modells zu beweisen, teilten wir die Datenbank der E-Mail-Empfänger in zwei Segmente auf. Ein Segment erhielt weiterhin den Newsletter in gewohnter Frequenz und mit dem üblichen Inhalt. Die andere Hälfte bekam E-Mails, die anhand des Prognosemodells speziell darauf ausgelegt waren, Abmeldungen durch maßgeschneiderte Inhalte und Versandzeitpunkte zu verhindern.

Dank des Modells konnte John Greed Empfänger mit hoher Abmeldeneigung automatisch aus der Standard-Kampagne ausschließen. Stattdessen bedachte der Juwelier diese Kunden mit einer spezifischen Kommunikationsstrategie, die auf die Steigerung der Kundenbindung abzielte.

JOHN GREED
ERLEBTE EINE
**UMSATZ-
STEIGERUNG**
UM
103,83%

DIE ERGEBNISSE

Mit dem Abmeldungs-Prognosemodell erreichte John Greed einen beeindruckenden Rückgang der Abmeldungen um 31,05%. Wo das Modell angewendet wurde, verbuchte John Greed einen Umsatzanstieg von 103,83%. Dank des Modells konnte John Greed potenziell unterbewertete Segmente identifizieren und diese Empfänger mit speziell zugeschnittenen, attraktiven Botschaften aktivieren.

Kurz: John Greed verlor weniger Kunden, steigerte Konversionsraten und Kundenwert und erzielte einen höheren Umsatz.

DER DURCH-
SCHNITTLICHE
WERT EINER E-MAIL-
ADRESSE IN IHRER
DATENBANK BETRÄGT
96,24€
- The Drum

DAS SAGT REDEYES HEAD OF INSIGHT

“Die Kosten für den Versand einer E-Mail sind sehr gering. Die Kosten durch eine Abmeldung sind hingegen oft sehr hoch. Dank unseres Prognosemodells müssen Marketer nicht mehr raten, welches Segment welche Kampagne bekommen soll. Sie erkennen genau, bei welchen Kunden die Abmeldeneigung gering ist und welche Kunden sich in der Gefahrenzone befinden und spezielle Botschaften erhalten sollten. Die John Greed-Fallstudie hat klar gezeigt, dass das Prognosemodell nicht nur die Abmeldungen verringert, sondern auch die Conversion Rate steigert.“