



PROGNOSEMODELLE

ABWANDERN: RETENTION VON KUNDEN AUF DEM SPRUNG UM 8,8% STEIGERN

DAS PROBLEM

Kunden zu verlieren hat den größten Einfluss auf den Umsatz jedes Geschäfts. Aber was wäre, wenn Sie von der Abwanderungsneigung eines Kunden wüssten- bevor er es selbst merkt? Mit diesem Wissen könnten Sie beeinflussen, ob Sie sich bald über einen verlorenen Kunden ärgern oder über einen reaktivierten Kunden freuen.

Kunden zu halten und sicherzustellen, dass sie Ihrer Marke treu bleiben, ist Pflicht. Die britische Baumarktkette Travis Perkins trat an uns heran, um diese künftigen Ex-Kunden identifizieren zu können.

RedEyes Prognosemodell ist Teil unserer Marketing-Automations-Lösung Contour und ermöglicht präzise Prognosen in Bezug auf die Abwanderungswahrscheinlichkeit von Kunden. Auf Basis dieser Vorhersagen können Marketer Multichannel-Kommunikation starten, um genau dieses Szenario zu verhindern und die Retention zu steigern.

**EINE 2%IGE
STEIGERUNG**
DER RETENTION HAT DIE
GLEICHE WIRKUNG WIE EINE
KOSTENREDUKTION
UM 10%
- Reichheld

DAS PROGNOSEMODELL

Anhand des Abwanderungs-Prognosemodells konnte Travis Perkins feststellen, ob ein Kunde mit hoher Wahrscheinlichkeit auf dem Sprung ist oder treu bleibt. Das Modell nutzt für die Analyse eine Fülle von Transaktions-, Verhaltens- und Multichannel-Daten und teilt die Datensätze in zwei Gruppen ein: Kunden mit hoher Abwanderungsneigung und Kunden mit geringer Abwanderungsneigung.

Wir teilten das Segment der Kunden mit hoher Abwanderungsneigung in zwei Gruppen. Die eine Gruppe erhielt eine speziell entwickelte Kampagne mit dem Ziel, das Engagement der Empfänger wieder zu steigern. An die Kontrollgruppe ging der übliche Standard-Newsletter. Das Prognosemodell versetzte Travis Perkins in die Lage zu agieren statt zu reagieren. Vorbeugende Engagement-Steigerung statt Bitte-bitte-komm-zurück-E-Mails.

**WENIGER ALS 1%
ALLER VERLORENEN
KUNDEN KEHREN
IRGENDWANN ZU
DIESER MARKE
ZURÜCK**

DIE ERGEBNISSE

Dank des Prognosemodells hat Travis Perkins Zugriff auf Informationen, die sehr wirksame Kampagnen mit individuell hochrelevantem Inhalt ermöglichen. So führte die Kampagne führte zu einem Anstieg der Kundenbindung um 8,8% gegenüber dem Kontrollsegment.

Mit der Unterstützung von RedEye konnte Travis Perkins Kunden, die kurz vor der Abwanderung standen, davon überzeugen, stattdessen einzukaufen. Die erstaunlichsten Ergebnisse registrierte Travis Perkins im Segment der Kunden mit hoher Abwanderungsneigung: Die Zahl der Einkäufe wuchs um 909,6%. Diese gelungene Transformation steigerte den Umsatz sowie den Customer Lifetime Value über alle Kundengruppen hinweg.

DIE KAMPAGNE
**STEIGERTE DIE
RETENTION UM**

8,8%

DAS SAGT DER KUNDE

“ Wir haben mit RedEye zusammengearbeitet, um mit den Prognosemodellen Kunden mit hoher Abwanderungsneigung identifizieren zu können. Das Abwanderungs-Modell gab uns die Möglichkeit zu handeln, bevor es zu spät war. Wir richteten eine speziell entwickelte Kampagne ein und wurden mit einer Erhöhung der Retention um 8,8% belohnt. Eine fantastische Zahl, wenn man bedenkt, dass wir dieses Segment früher einfach ziehen lassen mussten.“