



Ab in die Post: Wie EURONICS erfolgreich auf individualisierte Postkarten-Kampagnen setzt



Die EURONICS Deutschland eG ist eine in Ditzingen ansässige Einkaufsgenossenschaft für Consumer Electronics und Home Appliances mit bundesweit mehr als 1.200 Mitgliedern an über 1.300 Standorten. In Europa ist EURONICS mit 8.500 Standorten in 34 Ländern die größte Verbundgruppe der Branche.

Immer nah am Kunden. Dafür steht die EURONICS Deutschland eG mit ihrem Claim „Für Dein bestes Zuhause der Welt“. Mit den Markennamen „EURONICS“, „EURONICS XXL“ sowie „media@home“ vereint EURONICS spezialisierte Fachgeschäfte und große Fachmärkte unter einer einheitlichen Händlermarke. Das Sortiment der EURONICS Händler bietet von Premium TV über Smart Wearables bis hin zu Haushaltsgeräten ein umfassendes Angebot. Dabei immer im Fokus: bester Service und persönliche Beratung. Dank einer konsequenten Kommunikation und dem Zugang zu Synergieeffekten sind die Einzelhändler auch im Wettbewerb mit großen Filialisten und Discountern besonders stark.

Die Aufgabe

Als Genossenschaft liegt eine der zentralen Aufgaben der EURONICS Deutschland eG in der Planung und Umsetzung von Marketing-Maßnahmen für all ihre Mitglieder. Es gilt einerseits die Maßnahmen zu bündeln und andererseits die Autonomie des einzelnen Händlers und seiner Kunden zu wahren.

Die Lösung

Um die strukturellen Besonderheiten einer Genossenschaft auch im Publishing-Prozess abbilden zu können, setzt die EURONICS Deutschland eG auf das Kampagnen-System Dyna-Campaign in Verbindung mit dem Informatica MDM - Product 360 als Product Information Management-System (PIM) und auf die print:suite für die automatisierte Ausleitung der personalisierten Druck-PDFs. Mit Parsionate an ihrer Seite und dem starken Software-Trio setzt EURONICS jährlich äußerst erfolgreich über 60 personalisierte Postkarten-Kampagnen auf höchstem Niveau für die Einzelhändler um.

Die Vorteile

- ✓ **Schneller - weniger Arbeit - kostengünstiger**
Aufgrund der Unterstützung durch die Zentrale und der Bündelung von Aktionen lassen sich Kampagnen für den einzelnen Händler wesentlich schneller und kostengünstiger umsetzen.
- ✓ **Briefkasten schlägt DSGVO**
Kunden erhalten personalisierte Postkarten mit der Ankündigung von Aktionen, Incentives und anderen Vorteilsangeboten.
- ✓ **Einheitlicher Außenauftritt**
Durch die zentrale Gestaltung und Umsetzung der Postkarten wird das Corporate Design eingehalten und ein einheitliches Erscheinungsbild gewährleistet.
- ✓ **Zukunft**
Sichere Prozesse und konsistente Produktdaten bilden die Basis für die automatisierte, kanalübergreifend aller Publikationen.

Starke Trios für personalisierte Kampagnen

DynaCampaign + Informatica MDM – Product 360 + priint:suite garantieren die automatisierte und reibungslose Produktion personalisierter Postkarten-Kampagnen. Damit werden Marketing-Ziele von Händlern + EURONICS selbst + Herstellern erfolgreich umgesetzt und erreicht.

Die Crux mit den Daten und den Rechten

In Bezug auf Marketing-Maßnahmen und die dahinterstehenden Publishing-Prozesse ist es wichtig die EURONICS-Struktur zu verstehen: Als Genossenschaft agiert EURONICS händlerbasierend, wobei die Händler autark arbeiten. Sie haben alle ein eigenes Warenwirtschaftssystem und die Rechte an den (Kunden-) Daten.

Aufgrund der wachsenden Komplexität im digitalen Marketing hat die Zentrale schnell erkannt, dass die Händler hierbei besonderer Unterstützung bedürfen. Doch auch der EURONICS Deutschland eG machen es diverse rechtliche Bestimmungen nicht einfach, die Kundendaten der Händler zusammenzuführen und digitale Marketing-Maßnahmen zentral zu entwickeln und auszuspielen.

Mit dem Ziel, den Händlern eine schnelle, praktikable und wirkungsvolle Lösung zu bieten, entschied sich EURONICS für die Entwicklung von Postkarten. Diese sollten sich in Inhalt und Personalisierungsgrad unterscheiden und die Kunden über Neuheiten, Aktionen, Eröffnungen, Angebote und vieles mehr auf postalischem Weg informieren.

Trio I: Händler - EURONICS - Hersteller

Heute konzipiert und erstellt EURONICS ca. 60 Postkarten-Kampagnen jährlich, die von unterschiedlichen Stellen aus initiiert werden.

Hersteller-Kampagnen: 5.000 - 30.000 Postkarten

Der Klassiker bei Industrie-Kampagnen sind Produkteinführungen und Angebote, die häufig mit Incentive-Aktionen verknüpft werden.

Händler-Kampagnen: ab 200 Postkarten

Die Eröffnung einer Filiale oder ein Kundenevent im Einzelhandel, wie beispielsweise ein Koch-Event, sind Aktionen, die vom einzelnen Händler aus gewünscht werden.

Zentrale: bis 50.000 Postkarten

Auch die Zentrale selbst initiiert für den Handel zahlreiche Aktionen, wie zum Beispiel: Black Week, Weihnachts- oder Oster-Kampagnen, Geräteschutz-Garantie, „Vertragsverlängerungen von Handys“ und viele mehr.



Der Workflow

Automatisierung & Personalisierungsgrad: Die Kampagnen-Welt von EURONICS

Der Personalisierungs- bzw. Individualisierungsgrad richtet sich nach dem Kampagneninhalte. Einige Beispiele verdeutlichen dies:

Die Vorderseite der Karten ist jeweils identisch, die Rückseite ist in Bezug auf den Kunden und Händler personalisiert. Beispiele hierfür sind: Produkteinführungen, Weihnachts-Aktionen, Black Week uvm.

Geräteschutz: Bei dieser Service-Kampagne erhält der Kunde vor Ablauf der Herstellergarantie eines Produktes ein Angebot bezüglich einer Garantieverlängerung. Die Rückseite der Postkarte ist personalisiert auf das konkrete Produkt sowie auf die Kunden- und Händlerdaten. Inhalt des orangefarbenen Eyecatchers auf der Vorderseite wird in Abhängigkeit zum Produkt individualisiert und automatisiert von der priint:suite ausgespielt.



„Next Best Offer“: Eine der Königsdisziplinen im automatisierten Print-Publishing ist die Individualisierung des gesamten Contents. Dabei erhält der Kunde auf ihn personalisierte Angebote. Diese resultieren zum Beispiel aus seiner Kaufhistorie oder aufgrund eines Warenkorb-Abbruchs. In beiden Fällen wird das Produkt bzw. alternative Produkte abgebildet, angeboten und beworben.

Trio II: DynaCampaign + Informatica MDM - Product 360 + priint:suite

Die eingesetzte Systemlandschaft, die nahtlos ineinandergreift, vereint für den automatisierten Publikationsprozess folgende Systeme:

Zwischen dem Kampagnen Management System „DynaCampaign“, in dem Timing, Audience und Channel definiert wird, wurde durch WERK II eine Schnittstelle an die priint:suite entwickelt. In der priint:suite wurden für EURONICS verschiedene Sets an Templates für die Ausgabe diverser Mailings erstellt.

Im automatisierten Produktionsprozess werden der Export in DynaCampaign gestartet und die Daten an die priint:suite übergeben. Die priint:suite greift sich aufgrund von Steuerungsparametern die richtigen Templates, reichert diese um Produktdaten aus dem MDM an und rendert jede einzelne Karte individuell.

Aufgrund des Erfolgs mit den Postkarten-Kampagnen sind weitere Projekte, wie Selfmailer, mehrseitige Briefe etc. in Planung.



Enterprise Solution Partner

Parsionate // Datenmanagement ist unser Kerngeschäft.

Daten sind der Kern jeder digitalen Transformation. Seit 2013 berät Parsionate Unternehmen, hebt ihre Potenziale oder erfindet gemeinsam mit ihnen ganz neue Lösungen. Alles auf Basis von Daten und deren Möglichkeiten. Parsionate nennt es Data Leadership.

Mit ihrer Expertise konzentriert sich Parsionate uneingeschränkt auf den Nutzen und die Erfolge, die sie für ihre Kunden und Partner generieren. Genau deshalb arbeitet Parsionate „End-to-End“ – also von der Strategieentwicklung bis hin zur vollständigen technologischen Umsetzung. Durch den ganz-

heitlichen Fokus auf Daten und den durch sie entstehenden Möglichkeiten steht Parsionate langfristiger und weitreichender in der Verantwortung als klassische Berater oder Implementierer. Parsionates Vision ist, dass ihre Kunden die einmaligen Chancen, die Data & Analytics derzeit bietet, smarter und effizienter nutzen als ihr Wettbewerb.

Daran arbeiten über 200 Expertinnen und Experten an Parsionate-Standorten in Europa – für internationale Marktführer wie Hapag-Lloyd, Hoffmann Group, Festo, Stihl oder Dekra.



„Kundenzentrierung ist in der heutigen Zeit das A und O jedes Unternehmens. Unsere hochgesteckten Ziele erreichen wir durch eine zentralisierte Datenstrategie und kompetente Partner an unserer Seite. Die Verbindung von hochwertigen Daten, modernen Geschäftsprozessen und der vollautomatisierten Generierung von Postkarten schafft eine bedeutsam höhere Conversion Rate als der einseitige Fokus auf digitale Marketing-Kampagnen.“

Raphael Béguin, Leiter Business Development EURONICS Deutschland eG

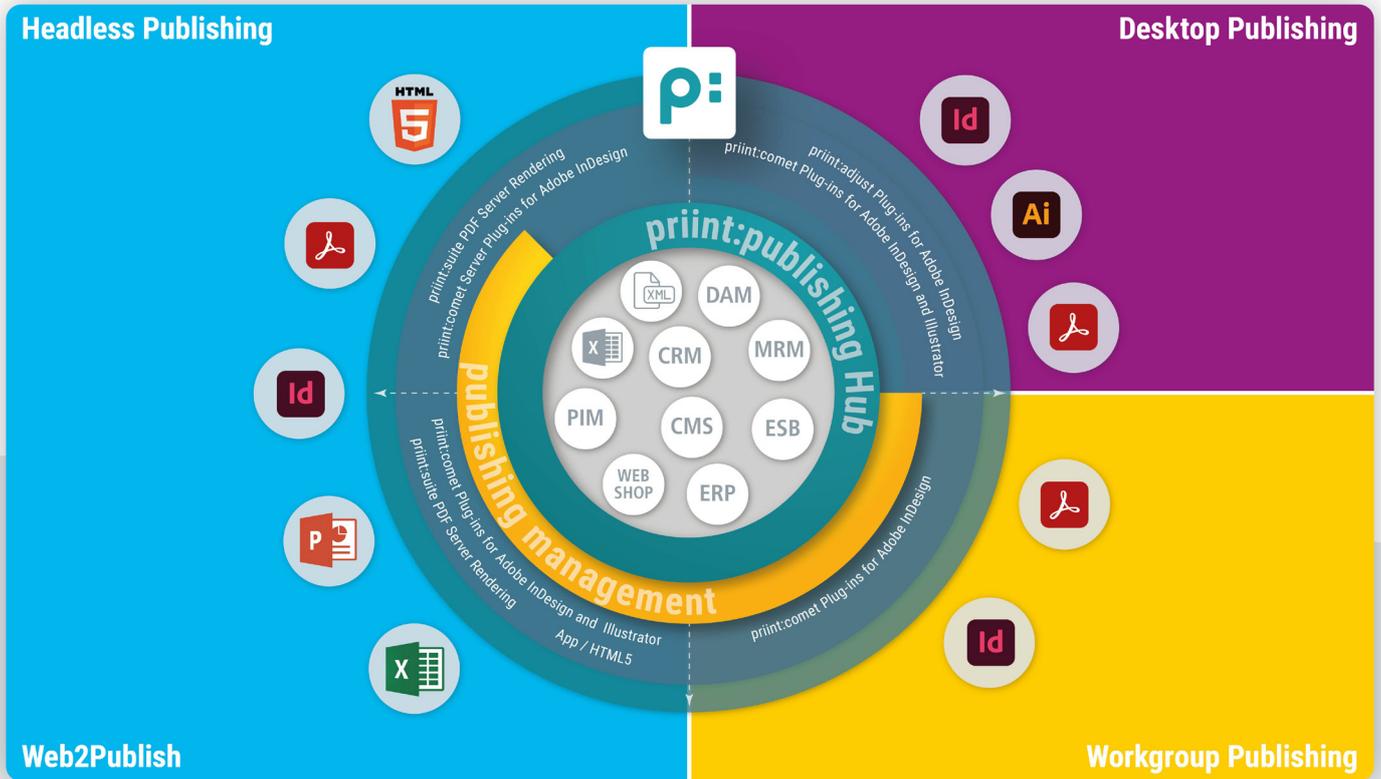
Key Facts

- Zertifizierter Enterprise Solution Partner**
- Region: EMEA**
- https://www.priint.com/de/partnerprofil/parsionate_de.html



SCAN MICH FÜR MEHR INFOS





print:suite

Die Publishing Lösung für alle Herausforderungen



Digitale und gedruckte Publikationen sind heute mehr denn je von entscheidender Bedeutung, um über alle Kanäle hinweg eine konsistente Geschichte zu erzählen und sich darüber mit Partnern und Kunden auszutauschen. Um diese Geschichten konsequent über alle Kanäle in gleicher Qualität zu transportieren, vertrauen heute mehr als 500 Kunden und 100 Partner der print:suite. Mit der print:suite ist es möglich die Publikationsprozesse zu automatisieren und für alle modernen Anforderungen gewappnet zu sein.



Mit den verschiedenen Komponenten der print:suite wird es Unternehmen ermöglicht, unterschiedlichste Datenquellen wie z.B. ERP, PIM, MDM, DAM, CRM, CMS Web-Shops oder MRM Systeme zu integrieren und diese Daten unter anderem in unseren Plug-Ins für Adobe® InDesign®, InDesign Server und Illustrator® für jede Art von Publishing-Projekten nutzbar zu machen.



Durch diese Integration und die Flexibilität der print:suite sind die selben Möglichkeiten, die aus der digitalen Kommunikation heute nicht mehr wegzudenken sind auch für klassische Publikationen verfügbar. So kann durch die print:suite eine konsistente Botschaft über alle Kanäle hinweg gewährleistet werden.



Der modulare Aufbau und die volle Skalierbarkeit der print:suite ermöglichen eine kosteneffiziente und erfolgreiche Automatisierung von Publishing-Prozessen für Unternehmen jeder Größe.



#NoMoreCopyPaste #print

**Fragen?
Kontaktiere uns!**



www.print.com
info@print.com