

Verlorener Kunde? Nicht mit uns!

Jemand besucht Ihren Online-Shop, schaut sich einige Produkte an, legt vielleicht sogar das eine oder andere Produkt in den Warenkorb, verlässt dann aber wieder den Shop, ohne etwas zu kaufen. Mit diesem Kunden verdienen Sie nichts. Der Kunde ist für Sie verloren.

Nicht für uns. Denn wir wissen, wer dieser Kunde ist: Wir kennen den Vor- und Familiennamen, seine Post- und meist auch seine E-Mail-Adresse. Und das ist längst noch nicht alles, denn wir wissen noch viel mehr: Wir reichern 200 verschiedene Merkmale an, wie beispielsweise zur Soziodemografie, der Wohnsituation, den Käufertypen und den Kaufmotiven. Diese Basisinformationen, mit denen wir den Besucher bzw. den potenziellen Kunden beschreiben, verbinden wir mit Prognosemodellen zum Kaufverhalten und dem Kaufzeitpunkt. Kurzum: Wir wissen, wer Ihr potenzieller Kunde ist, wie Sie ihn erreichen, für welche Produkte er sich interessiert und wann er diese mit einer hohen Wahrscheinlichkeit kaufen wird.

Dieses Wissen können Sie für Ihren Erfolg nutzen, indem Sie den „verloren“ geglaubten – weil unerkannten – Kunden mit einem passenden Angebot gezielt und effektiv ansprechen und wieder in Ihren Shop zurückholen; sei es über ein persönliches Mailing oder mit einer individuellen E-Mail.

Re-Marketing: Was es Ihnen bringt!



- Wesentliches Umsatzplus
- Individueller gestaltete, zielgerichtete Kommunikation mit Kunden
- Erfolgreicher Kundendialog über alle Kanäle hinweg

TRIAZ GROUP EMPFFIEHLT

«Wir haben während zwei Monaten das Re-Marketing von Prime Data mit waschbaer, pranahaus und vivanda getestet. Der Test verlief sehr vielversprechend. Die Responsequoten sind erfreulich hoch. Wir glauben an die Vision von Prime Data, und wollen unseren Kunden mit dem Re-Marketing noch passendere und treffgenauere Angebote machen.»

Tobias Jerg,
Geschäftsführer
TRIAZ Group

Wie funktioniert das?



Schritt 1

Besucher nutzt den Online-Shop, schaut sich Produkte an und verlässt den Shop wieder.



Schritt 2

Wir erkennen den Besucher, speichern die Warengruppen und die angesehenen Produkte.



Schritt 3

Sie starten individuelle Re-Marketing Kampagnen und überwachen die Ergebnisse.

Damit wir die Besucher Ihres Online-Shops erkennen, muss auf Ihrer Web- und Mobileseite ein spezieller Code integriert werden. Dieser Code generiert verschiedene Arten von Cookies und Fingerprints.

Zugleich übermittelt der Code angesehene Warengruppen sowie Produkte und – sofern vorhanden – die Kundennummer und/oder die E-Mail-Adresse der Person als Hash an die CO-SCORING Plattform (CSP).

In der CSP können Sie mithilfe von Merkmalen, Warengruppen und Produkten individuelle Zielgruppen bilden, die Adressen und die Daten der erkannten Besucher z.B. für Ihre Datenbank exportieren oder direkt eine Re-Marketing E-Mail Kampagne starten.

* Wichtig: Damit wir z.B. die Kundennummer zuordnen können, müssen Sie Ihre Kundendaten einmalig mit der CSP abgleichen. Diesen Abgleich können Sie eigenständig über einen gesicherten FTP-Zugang durchführen.

RESPONSE-WERTE

Alle bisherigen Erfahrungen zeigen

○ **100% - 400%**
bessere Response
durch **Zeit- und Verhaltensbezug**
der Werbung

Besucher 2% - 4%
Branchen-Ø 1%

Kunden 6% - 12%
Branchen-Ø 3%

○ **Höhere Response-Quoten bei Kanal-Kombination**
(E-Mail und Post)

2 bis 4 Mal besser!

○ **Zusatzumsätze**
durch **gezielte, automatisierte Nachfass-Aktion**

→ **Besseres Kosten-Nutzen-Verhältnis**