

DX ELITE MOTO BATOR
0591287
139,00

DESSOUS-ÜBER-RÄSCHUNG
249257
34,95

PIN-UP KALENDER SEXY BABES 2024
012014
2,95

FEEL THE NEXT LEVEL
Extrem leise - nahezu lautlos
19,3 cm
Ø 6,8 cm

WOMANIZER NEXT
Lass dich rundum von den pulsierenden Druckwellen in 14 Intensitäten verwöhnen. 3D Massage Air-Technologie. Atmungs- und Allergiefrei, inkl. Leuchtband. ABS, PU, Silikon.
● Serie 5423944
● Schwarz 5423952
● Türkis 5423950
NUR 209,-

Womanizer THE ORIGINAL

GÖNN DIR HIERMIT NEUE HÖHEPUNKTE!

DOUBLE MASSAGER
0598202
59,95

HALTERLOSE STRÜMPFE
3520434
19,95

O-CLEAN TOY-CLEANER
0530292
9,95

FEEL THE NEXT LEVEL
Extrem leise - nahezu lautlos
19,3 cm
Ø 6,8 cm

WOMANIZER NEXT
Lass dich rundum von den pulsierenden Druckwellen in 14 Intensitäten verwöhnen. 3D Massage Air-Technologie. Atmungs- und Allergiefrei, inkl. Leuchtband. ABS, PU, Silikon.
● Serie 5423944
● Schwarz 5423952
● Türkis 5423950
NUR 209,-

Womanizer THE ORIGINAL

NETZ NUR 20,-

Impulsmarketing bei ORION Versand mit Programmatic Printing

Wie per 1:1-Print-Kampagne (nicht nur) ein Plus von 50% Response erzielt wird!

Der „Wie-für-mich-gemacht-Effekt“

Sie wissen bereits, was Ihr Kunde will! Denn die Kaufhistorie in Ihrer Warenwirtschaft verrät Ihnen einiges über Präferenzen, Bestellfrequenz und Kaufkraft – und das ist erst der Anfang! Smart gelesen, führen diese Informationen zu kundenindividuellen Next Best Offers. Und leitet man diese KI-basiert in Printmarketing-Kampagnen zur Reaktivierung von Bestandskunden aus, entstehen echte Unikate. Hier liegt Ihr Weg zur personalisierten 1:1-Angebotskommunikation, mit der Sie den **richtigen Kunden zum perfekten Zeitpunkt mit relevantem Content** erreichen. So kreieren Sie einen unverwechselbaren physischen Touchpoint zu Ihrem Brand, der Sie Ihrem Kunden auf verschiedenen Sinnesebenen näherbringt und somit auf die emotionale Kundenbindung einzahlt.

„Direktmarketing per Print gelingt!“

Das hat nicht zuletzt die Print-Mailing-Studie 2023, die vom Collaborative Marketing Club (CMC) in Kooperation mit der Deutschen Post durchgeführt wurde, bestätigt: Gedruckte und postalisch versendete Werbemittelträger erfreuen sich ungebrochener Aufmerksamkeit und wirken sich auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten positiv auf den Umsatz aus. Nicht zu vernachlässigen ist überdies die längerfristige Wirkung von Print-Mailings. Laut CMC-Studie werden Bestellungen, die durch gedruckte Werbemittel ausgelöst wurden, auch nach fünf Wochen und später getätigt.

Da geht noch mehr!

Die Prozesse, die Programmatic Printing ausmachen, sind in der Lage, aus Ihren First-Party-Daten ein Maximum an Marketing-Potenzial zu ziehen. Was KI-basierte Direct Mails Ihnen bieten, ist **Customer Experience Deluxe** – und darüber hinaus sind sie auch in datensensiblen Bereichen ein rechtskonformer, hochperformanter Channel. Denn auf postalischem Weg dürfen Sie jeden Ihrer Kunden ansprechen, ganz ohne Double-Opt-in!

Dank der personalisierten Ansprache geben Ihnen Print-Kampagnen zahlreiche Möglichkeiten, den aktuellen Bedarf mit Next Best Offers anzusprechen und so mit höherer Wahrscheinlichkeit einen Produktkauf auszulösen. Mit Blick auf Ihren Return on Marketing Invest (ROMI) werden Scoring-Methoden bei der Auswahl der Adressaten mit einbezogen, um nicht wahllos sämtliche in Ihrem System

vorhandenen Kunden anzuschreiben. Und es geht noch weiter: Auch Produktbilder und -beschreibungen werden ohne manuelles Zutun aus Ihrem Datenfundus geleitet und in die Printkampagne eingepflegt. Für jeden ausgewählten Bestandskunden, ganz individuell. Personalisiert eben. Und dies in quasi Echtzeit. So wird Print durch hochgradige Automation zu Ihrem smarten Werbebotschafter mit dem **„Wie-für-mich-gemacht-Effekt“!**



SmariCom als Beratungs- und Prozessspezialist mit hoher Expertise in der Individualisierung hat dank seiner Leistungsbausteine dem Erotik-Händler ORION Versand dazu verholfen, seine Kunden hochgradig relevant anzusprechen. Wir stellen Ihnen auf den folgenden Seiten die inspirierende Erfolgsgeschichte vor, wie Programmatic Printing bei ORION Versand zum Response-Booster in der Kundenreaktivierung wurde.

„Kauf dir, was du willst!“

Bereits seit 1981 betreibt die ORION Versand GmbH & Co. KG ein Kataloggeschäft mit Erotikartikeln. Als einer der ersten Versandhändler Deutschlands startete ORION Versand 1995 einen eigenen Online-Shop.

Ein Hauptkatalog sowie regelmäßig versendete Direct Mails dienen zur Kundenkommunikation via Print.

Aufgabenstellung und Lösung

Die Aufgabenstellung:

Die Relevanz der Angebote durch KI-basierte Datenprozesse und Automation soll erhöht und gleichzeitig sollen die internen Abläufe bei ORION optimiert werden.

Die Lösung:

Die Kaufhistorie der Kunden wird zukünftig genutzt, um maßgeschneiderte Angebote in den Direct Mails auszuspielen. Die bisher eingesetzte Klappkarte im weißen Umschlag soll mit KI-basierten Next Best Offers befüllt werden.

Die Umsetzung

Die technischen Details:

ORION Versand übermittelt die Kundendaten mit anonymisierten Customer IDs. Zudem werden einmal am Tag pseudonymisierte Kaufhistorien der Kunden an die Datenbank von SmartCom gesendet. Die Produktdaten werden automatisiert übertragen. Die SmartCom-eigene Recommendation Engine für Print errechnet damit auf Basis der Kaufhistorie die individuellen Next Best Offers. Mit automatisierten Prozessen werden diese in empfängerindividuelle PDFs eingepflegt und an die Druckerei übermittelt. Die anonymisierten Kundendaten werden erst im Lettershop verknüpft: Die

Adressen werden auf einen weißen Blanko-Briefumschlag aufgedruckt und mit der individualisierten Klappkarte zusammengeführt – denn die Klappkarte selbst beinhaltet aufgrund der mit Sensibilität zu behandelnden Produktpalette von ORION keine konkreten Adressaten. So können keine Verbindungen von Dritten zwischen Umschlag und dem eigentlichen Print-Mailing gezogen werden.

Die Individualisierung:

Zur Erstellung des Direct Mails wurde ein intelligentes Template entwickelt, bei dem ORION zielgruppenspezifische Inhalte bereitstellt und insgesamt elf Felder für Empfehlungen je Kaufhistorie für die Befüllung durch SmartCom vorgesehen sind. Durch eine Mixtur aus künstlichen Intelligenztechnologien und Regelwerken werden so für jeden ORION-Kunden passgenaue Angebote berechnet und versendet.

Dank der hochindividualisierten Angebotskommunikation wird der Kunde mit für ihn relevantem Inhalt abgeholt und erlebt Customer Experience Deluxe in seinem Briefkasten.

ORION

Die Highlights

Werbemittelumsatz: +60 %

ROMI: +89 %

Responsesteigerung: +52 %

Margenoptimierung: +8 %



”

„Lieb dich wie DU willst“ – das ist unser Slogan. Dieses DU zu verstehen und passgenaue Produkte zu empfehlen, gelingt uns mit der Recommendation Engine von SmartCom außerordentlich gut. Die Potenziale der Kaufhistorie können wir jetzt vollumfänglich ausspielen und für 1:1-Empfehlungen nutzen. Damit erzielen wir bemerkenswerte Erfolge.

Nicole Brösel, Print-Marketing-Managerin, ORION Versand

“

Reaktivierungs-Mailing ORION Versand

Automatisierte und individualisierte Bestandskunden-Ansprache auf Basis der Kundeninteressen

Drei verschiedene Zielgruppen

Bilder, Ansprache, Angebote und Texte sind auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt



Außenseite Klappkarte (Zielgruppe 1)
Drei **Next Best Offers** ermittelt anhand der Kaufhistorie



Außenseite Klappkarte (Zielgruppe 2)
Drei **Next Best Offers** ermittelt anhand der Kaufhistorie



Außenseite Klappkarte (Zielgruppe 3)
Drei **Next Best Offers** ermittelt anhand der Kaufhistorie

Innenseite der Klappkarte – Zielgruppe 1
jeweils acht empfängerspezifische **Next Best Offers** ermittelt anhand der Kaufhistorie



Die Highlights



Mehr Werbemittelumsatz

Die individuellen Kaufimpulse sind von enormem Interesse für die Zielperson des Direct Mails. Somit steigt die gesamte Relevanz des Werbemittels sowie der aus ihm generierte Umsatz.



40% Zeitersparnis bei der Werbemittelerstellung

Die perfekten Angebote werden KI-basiert und mit Regelprozessen automatisiert erzeugt, diese Zeitersparnis zahlt insbesondere auf die Aktualität der Next Best Offers ein. Gleichzeitig werden die internen Arbeitsabläufe optimiert und Arbeitszeit wird für weitere Aufgaben frei.



Andere Länder kaufen mehr denn je

Als besonders performant zeigt sich die 1:1-Kundenansprache im umliegenden Ausland, welches bislang nicht im Fokus der Werbekommunikation stand.

Weitere Anwendungen

Nach dem smarten Start in Programmatic Printing mit den Klappkarten eröffnen sich weitere Marketing-Potenziale für ORION Versand, die hochperformanten Recommendations auch auf andere Kanäle und Werbemittel zu überführen:



Individualisierte Postkarte

Schlecht performende Kundengruppen können mit reduziertem Adspend mit einer kostengünstigeren Postkarte angeschrieben werden.



Programmatischer Katalog

Ganze Kataloge oder Bestandteile davon können mit Recommendations in einem dynamischen Layout passend zum Corporate Design des Unternehmens automatisiert erstellt werden.



Next Best Offers für E-Mails

Die KI-basierten Empfehlungen lassen sich auf die individuelle Kundenansprache via E-Mail übertragen und intelligent mit Print-Kampagnen koppeln.

Wir machen Ihre Angebotskommunikation hochperformant

- Realtime! Schnittstelle zwischen Werbetreibendem und Individualisierungs-Experten
- Intelligentes Matching von vorhandenen Kunden- & Produkt-Daten
- Automation der variablen Datenströme an der Schnittstelle von Print zu Online

Ihre Vorteile

- Relevanzsteigerung im Kundendialog durch 1:1-Individualisierung und Aktualität
- Print & E-Mail-Kommunikation durchgängig in OmniChannel-Strategie implementiert
- Return on Marketing Invest in kürzester Zeit
- DSGVO-Konformität
- Technische Integration vorgedacht und in die Praxis geführt durch zuverlässige Partner

Unsere Referenzen

Unternehmen, die für einen gesteigerten ROMI bereits auf Programmatic Printing setzen:



Über SmartCom

Integrieren Sie **Programmatic Printing & E-Mailing** erfolgreich in Ihr OmniChannel-Marketing! Dafür ist SmartCom – als Beratungs- und Prozessspezialist für **1:1-Kundenkommunikation** – Ihr idealer Partner. Wir unterstützen Sie mit unserer Expertise rund um KI-basiertes Cross- & Upselling, die Reaktivierung Ihrer Warenkorbabbrüche, den Merklisfen-Nachfass Ihrer Bestandskundschaft und die Gewinnung von Neukunden für Ihr Unternehmen. Wir entwickeln dafür aufbauend auf Ihrer Datenlage automatisierte Prozesslösungen für die Ausgabe von hoch individualisierten **Direct Mails** und **Katalogen** sowie empfangerspezifischen **Paketbeilagen** und **E-Mails**.

Stellen Sie die Kunden in den Mittelpunkt Ihrer Aktivitäten, so wird Ihre Kommunikation **relevanter, schneller und ertragreicher!** Werben Sie **kosteneffizienter** als je zuvor und stimmen Sie den Zeitpunkt und die Frequenz Ihrer Kundenansprache optimal auf Ihre Kunden ab. Erzielen Sie so mit jedem eingesetzten Marketing-Euro den maximalen Erfolg.

Für unsere Kunden in **B2B und B2C** bieten wir maßgeschneiderte Lösungen zur Vertrieboptimierung für **individualisierte Print- & E-Mail-Kampagnen**, immer datenschutzkonform.



SmartCom
Customer Communication Consultants

Johannes van de Loo

Individualisierungs-Experte
SmartCom GmbH
+49 (0) 2843 957-320
j_vandeloo@smartcom.de
www.smartcom.de

CX Deluxe für Ihre Kunden

Für eine relevantere Customer Experience erstellen wir personalisierte Kaufimpulse für:

 **Neukundengewinnung**
„Jetzt Premium-Vorteile sichern.“

 **Second-Order-Push**
„Danke für Ihre erste Bestellung.“

 **Warenkorb-Reaktivierung**
„Sie sind noch unentschlossen?“

 **Loyalty-Maßnahmen**
„Treue soll belohnt werden.“

 **Cross- & Upselling**
„Schon unsere Eigenmarke ausprobiert?“

 **Churn Prevention**
„Danke, dass Sie unser Kunde sind.“

 **Merklisfen-Nachfass**
„Dein Lieblingsteil ist reduziert.“

 **Life-Events**
„Herzlichen Glückwunsch.“

Unsere Leistungen

Beratung und Umsetzung:

