

PRESSEMITTEILUNG

Mornin' Glory erzielt dank optivo signifikantes Up- und Cross-Selling entlang des Produktlebenszyklus

Berlin, 12. Januar 2016 – Mornin' Glory vertraut für sein E-Mail-Marketing auf die Omnichannel-Marketing-Plattform optivo® broadmail. Das Berliner Startup organisiert damit die Vermarktung per E-Mail seiner Qualitätsrasierklingen im Abo-Modell. Das E-Mail-Marketing und der Produktlebenszyklus sind hierbei effektiv verzahnt. Abhängig von den individuellen Rasiergewohnheiten erhalten die Abonnenten ihre Klingensets in den gewünschten Versandintervallen. Das Ergebnis: Mornin' Glory erreicht Öffnungsraten von bis zu 59 %, Klickraten von bis zu 32 % und Konversionsraten von bis zu 7 %.

Mehrere zehntausend Männer sind von diesem One-Stop-Shop-Konzept des Rasierklingen-Startups begeistert. Für hochgradig personalisierte Newsletter und zur Kampagnenautomation nutzt Mornin' Glory die Marketing Automation Suite von optivo® broadmail. Die optivo Plattform wird zudem zur Datenhaltung genutzt und ist durch eine HTTP-Schnittstelle mit der Software-Architektur von Mornin' Glory verknüpft. Das gesamte Handling erfolgt hochgradig automatisiert, wodurch signifikante Up- und Cross-Selling-Potenziale mit wenig Aufwand abgerufen werden.

Automatisierte Upselling-Mails für Neukunden

Neukunden von Mornin' Glory entscheiden sich zum Start öfters für Rasursets ohne Abonnement. Deshalb setzt das Unternehmen auf automatisiert versandte Upselling-Mails. Der Versand erfolgt nach der ersten Bestellung. Damit sollen die Käufer nach der ersten Produkterfahrung mittels einer dreistufigen Vorteilkommunikation zum Abschluss eines Rasierklingen-Abonnements animiert werden. Sobald sich der Neukunde in einer der drei Stufen für ein Abo entscheidet, ist die Kampagne beendet. Kann keines der Angebote überzeugen, unterbreitet Mornin' Glory noch ein abschließendes Ersatzklingen-Angebot. Seit dem Start zeichnet sich diese automatisierte Upselling-Maßnahme durch eine sehr gute Performance aus. So liegen die Öffnungsraten im Schnitt bei bis zu 40 % und die Konversionsraten bei bis zu 7 %.

Effektives Cross-Selling per Transaktionsmails

Transaktionsmails sind eine weitere wichtige Maßnahme für ein effektives Cross-Selling. Im Durchschnitt erreicht Mornin' Glory mit dieser E-Mail-Gattung Öffnungsraten von bis zu 59 %. Die Transaktionsmails werden beispielsweise zur Aktivierung von Kundenprofilen, für Bestellbestätigungen und zur Ankündigung der nächsten Klingenslieferung versandt. Die Service-Hinweise werden hierbei um gezielte Cross-Selling-Angebote ergänzt. So macht Mornin' Glory etwa personalisierte Vorschläge aus seinem Rasurpflege-Portfolio. Auch hier setzt das Unternehmen auf die Verknüpfung der Angebote mit dem Produktlebenszyklus. Die Kunden haben beispielsweise die Möglichkeit, die begleitenden Pflegeprodukte aus der Transaktionsmail heraus auszuwählen und diese mit der nächsten Klingensendung bequem nach Hause geliefert zu bekommen.

Erfolgreiches Content Marketing per Newsletter

Zudem betreibt Mornin' Glory ein pfiffiges Content Marketing im E-Mail-Kanal. Jeden Monat werden Standalone-Mails zu Fokusthemen versendet. In den Mails werden

redaktionell aufbereitete Inhalte zu Rasur- und Pflegetipps sowie Produktempfehlungen und Spezial-Angebote platziert. Zugleich werden die Newsletter-Themen mit Beiträgen im Corporate Blog „Sunny Side Up“ verzahnt. Hierbei erzielt Mornin' Glory regelmäßig Öffnungsraten von bis zu 42 % und Klickraten von bis zu 32 %. Bei den Konversionsraten erreicht das Unternehmen bis zu 6 %.

Die Up- und Cross-Selling-Maßnahmen von Mornin' Glory verdeutlichen, wie automatisiertes E-Mail-Marketing entlang des Produktlebenszyklus ausgerichtet werden kann: „Wir setzen auf ein Abo-Modell, das nicht zuletzt durch Up- und Cross-Selling erfolgreich ist. Zugleich basiert unser Geschäftsmodell auf dem effektiven Management unserer Produktlebenszyklen. E-Mail-Marketing ist hierbei geradezu ideal, um zu informieren und zu verkaufen. Wir haben entlang unserer Produktlebenszyklen die relevanten Touchpoints identifiziert und bearbeiten diese durch automatisierte Kampagnen. optivo® broadmail unterstützt uns hierbei durch seine Möglichkeiten perfekt. Dies spiegelt sich auch in der langfristigen Performance unserer Maßnahmen wider“, so **Firat Palavar, Chief Marketing Officer bei Mornin' Glory.**

Über optivo

optivo ist einer der größten E-Mail- und Omnichannel-Marketing-Dienstleister in Europa. Das Unternehmen mit 150 Mitarbeitern am Hauptsitz in Berlin sowie in den Niederlassungen in Warschau, Amsterdam und Istanbul gehört zu den technologisch führenden Anbietern und Trendsettern in der Branche. optivo bietet Omnichannel-Lösungen und -Dienstleistungen für erfolgreiches Dialogmarketing via E-Mail, Print, Push, SMS, Mobile, Fax, Social Media und Web. Das Portfolio reicht vom Versand von Newslettern und Kampagnenmails über Professional Services und Beratungsleistungen bis hin zu regelmäßigem Know-how-Transfer für eine effektive Kommunikation. Mit der Cloud-Software optivo® broadmail bietet optivo seinen mehr als 1.300 Kunden eine marktführende Lösung für automatisierte und Umsatz steigernde One-to-One-Dialoge. Seit 2013 ist optivo ein Unternehmen von Deutsche Post DHL Group. Weitere Informationen unter www.optivo.de

Ansprechpartner für die Medien

optivo GmbH

Harald Oberhofer
Leiter Corporate Communications & PR
Wallstraße 16
D-10179 Berlin

Telefon +49 (0)30.76 80 78-117

Telefax +49 (0)30.76 80 78-499

E-Mail presse@optivo.de

Internet www.optivo.de

ELEMENT C GmbH

Christoph Hausel
Aberlestraße 18
D-81371 München

Telefon +49 (0)89.720 137-20

Telefax +49 (0)89.720 137-10

E-Mail c.hausel@elementc.de

Internet www.elementc.de