

Reaktivierung von schlafenden Kunden

Rückgewinnungsmanagement
mit
SugarCRM und CleverReach

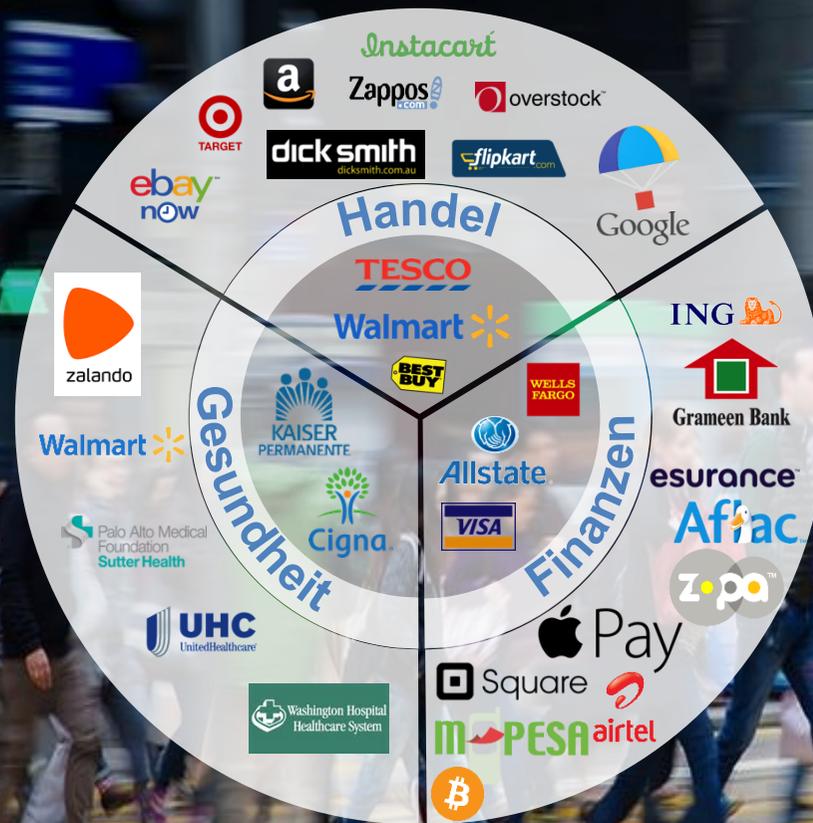
Jörg Madloch
ISC it & software consultants GmbH
www.isc-ub.de



Der Wettbewerb wird auf allen Gebieten stärker

Die Neukunden-Generierung ist in vielen Branchen ausgereizt

Die Bestandskunden-Pflege wird aufwändiger



Heben wir daher den Schatz der "schlafenden Kunden"

Heben wir den Schatz der schlafenden Kunden

Schlafende Kunden: Reaktivierung bringt viele Vorteile

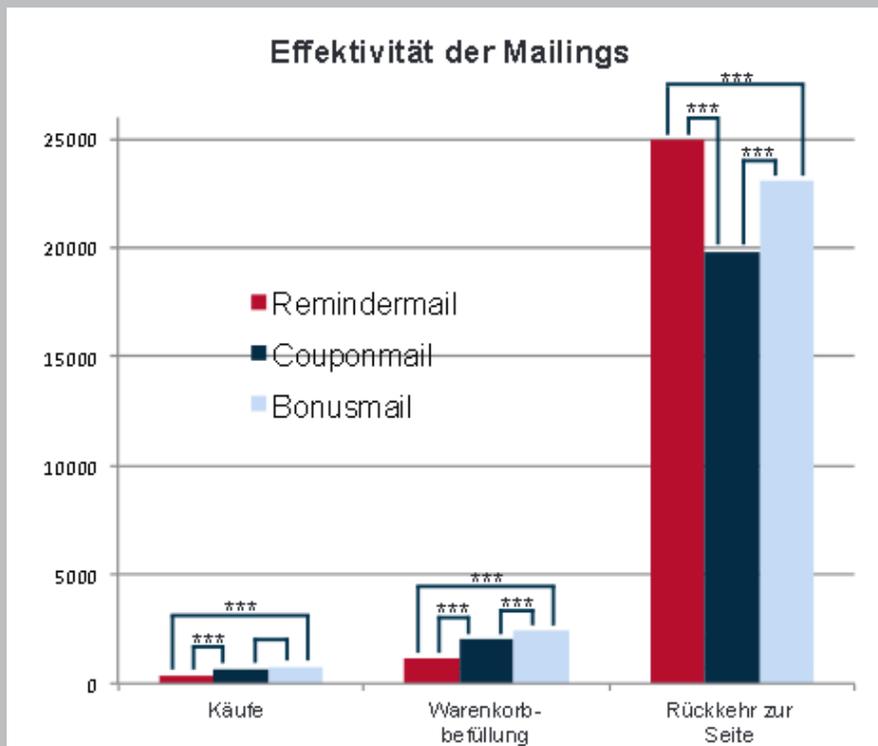
- Kosten für die Reaktivierung sind deutlich geringer als beim Neukundengeschäft oder der Bestandspflege
- Die Abschlußquote reaktivierter Kunden ist höher als im Neugeschäft
- Loyalität eines reaktivierten Kunden ist meist höher als beim Neukunden
- Erfolgreich reaktivierte Kunden reduzieren das Ausmaß des negativen Word-of-Mouth und teilen sogar im optimalen Fall ein positives WoM



Reaktivierungsstrategie

E-Mail-Marketing als Mittel der Aktivierung

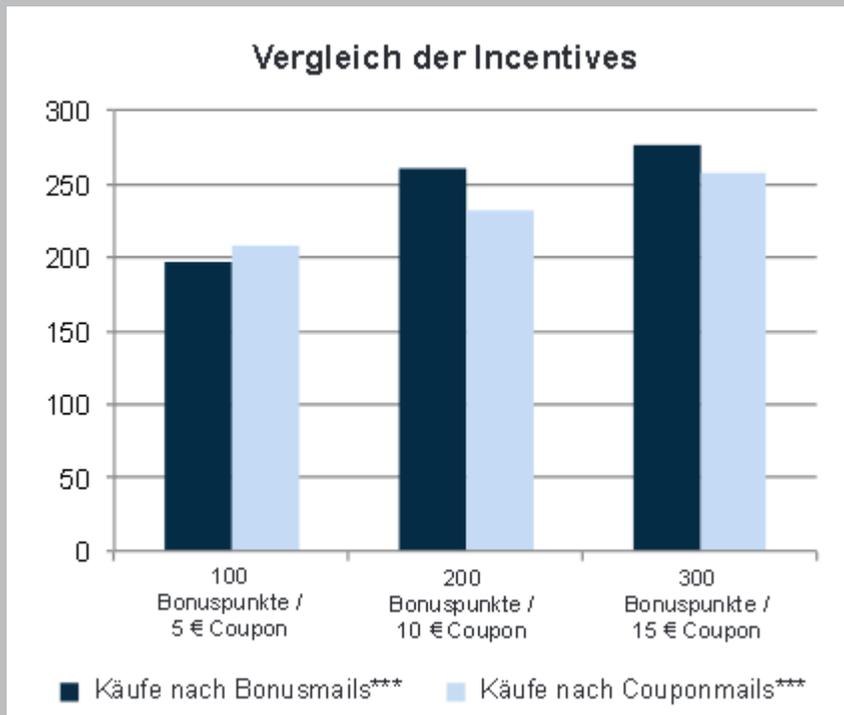
- Wie oft sollte ein Kunde „erinnert“ werden?
- Ist ein Angebot von finanziellen Anreizen in Reaktivierungsmails erforderlich?
- Welche Höhe sollten diese Incentives haben?



Reaktivierungsstrategie

E-Mail-Marketing als Mittel der Aktivierung

- Wie oft sollte ein Kunde „erinnert“ werden?
- Ist ein Angebot von finanziellen Anreizen in Reaktivierungsmails erforderlich?
- Welche Höhe sollten diese Incentives haben?



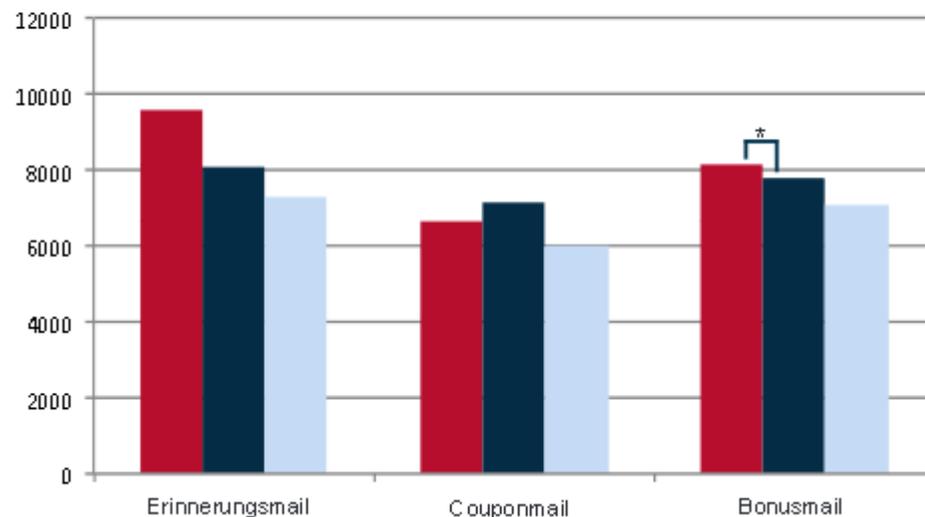
Reaktivierungsstrategie

E-Mail-Marketing als Mittel der Aktivierung

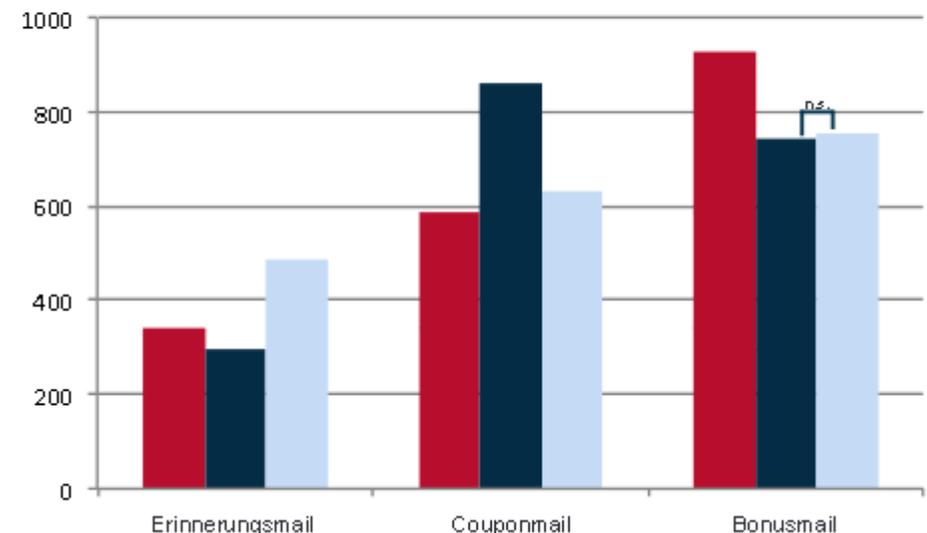
- Wie oft sollte ein Kunde „erinnert“ werden?
- Ist ein Angebot von finanziellen Anreizen in Reaktivierungsmails erforderlich?
- Welche Höhe sollten diese Incentives haben?



Rückkehr zur Seite als Folge der Mailings



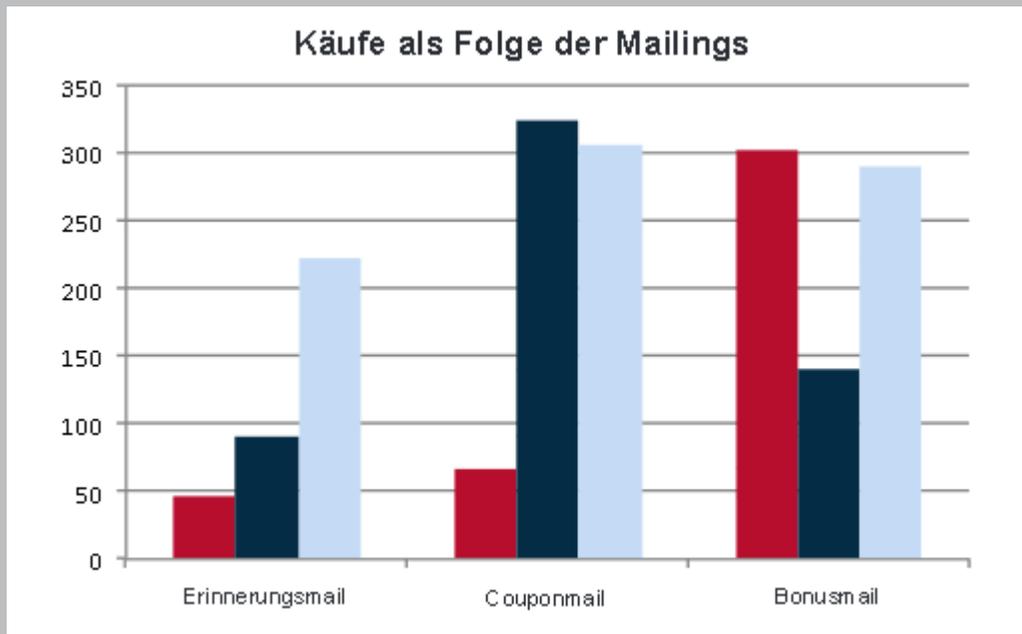
Warenkorbbefüllung als Folge der Mailings



Reaktivierungsstrategie

E-Mail-Marketing als Mittel der Aktivierung

- Wie oft sollte ein Kunde „erinnert“ werden?
- Ist ein Angebot von finanziellen Anreizen in Reaktivierungsmails erforderlich?
- Welche Höhe sollten diese Incentives haben?



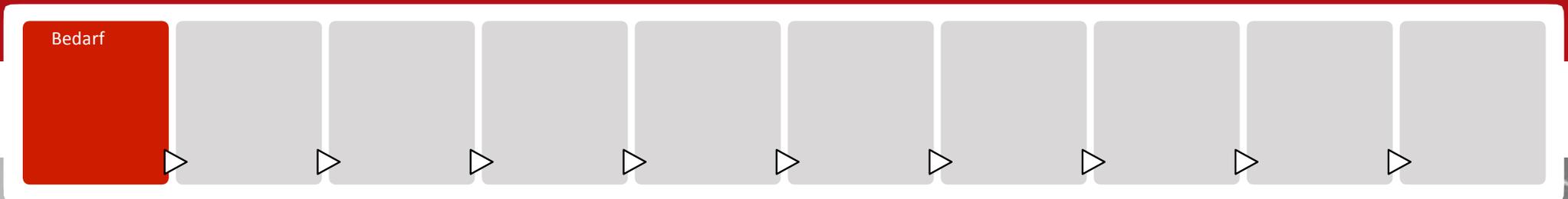
4 Schritte

Reaktivierungsmanagement mit
SugarCRM und CleverReach



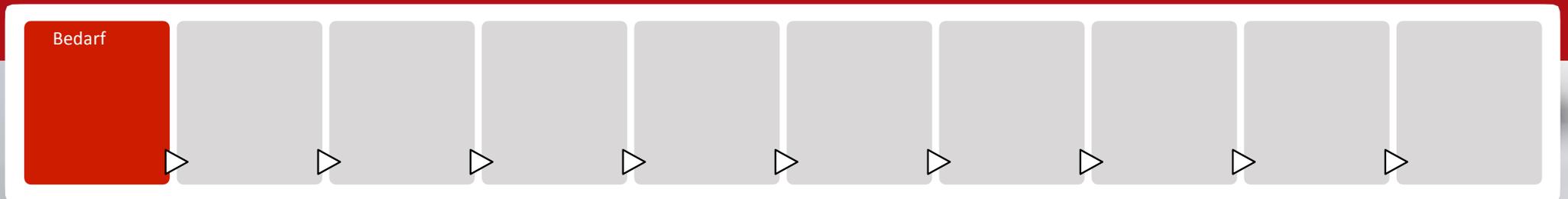
Schritt 1:

Identifizieren Sie Ihre schlafenden Kunden



Schritt 2:

Segmentierung der schlafenden Kunden



Schritt 3:

E-Mail Marketingmaßnahmen definieren

Bedarf

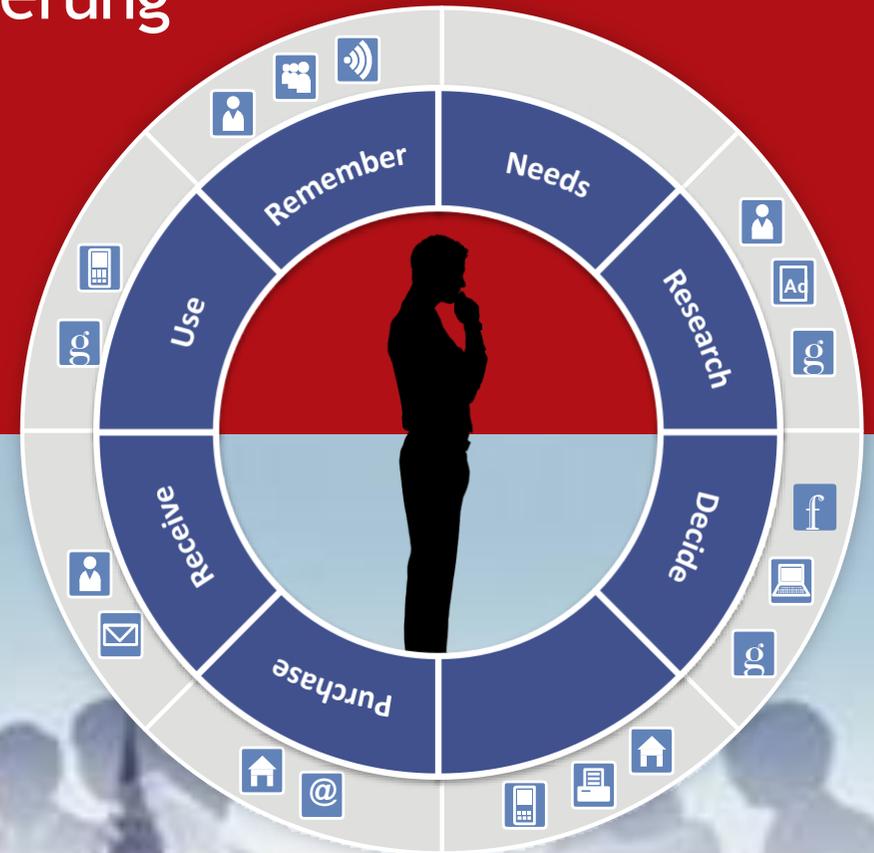
The image displays three email templates from HIT-MEISTER, illustrating different marketing strategies. Each template features the company logo, contact information, and personalized content.

- Top Left Template:** A general welcome message to "Lieber Herr Kothe," mentioning that the customer hasn't visited in over three months. It includes a call-to-action button "Jetzt zu Hitmeister" and a Facebook link.
- Top Right Template:** A message offering 300 bonus points for the next purchase. It includes a call-to-action button "Jetzt Bonuspunkte einlösen" and a Facebook link.
- Bottom Template:** A message offering 100 bonus points for becoming a Facebook fan. It includes a call-to-action button "Jetzt Gutscheine einlösen" and a Facebook link.

Each email also contains detailed footer information, including copyright notices, contact details, and service hours.

Schritt 4:

Ausspielung, Erfolgskontrolle und Optimierung



Vorgehensweise in den Systemen

SugarCRM: Kampagne & Kontaktlisten

The screenshot displays the 'Kontaktlisten' (Contact Lists) section of the SugarCRM interface. The top navigation bar includes 'Organisationen', 'Personen', 'Verkaufschancen', 'Kalender', 'Anrufe', 'Aufgaben', 'E-Mails', 'Dokumente', 'Berichte', 'Kontaktlisten', and 'Mehr'. A search bar is located on the right side of the navigation bar. Below the navigation bar, the 'Kontaktlisten' section is visible, featuring a 'Filter' dropdown set to 'Erstellen' and a search input field. The main content area contains a table of contact lists with the following columns: 'Typ', 'Einträge in der Liste', 'Kontaktliste', 'Beschreibung', 'Zugewiesen an', and 'Datum erstellt'. The table lists various contact lists, including '20160621_FFM_Grillen_bei_Winlocal', 'BM 2015-08-26 keine Email raus - Benefiz-Networkin', '1001_Test_Reinshagen', 'Team Hein (Standard)', '1010 WGK', '2016-03-01 Newsletter aus Berlin an Interessenten', 'Testliste_oe', '2016-06-13 Unterdrückt_2016-05-30', 'Testliste', 'CB_MHH NL 06_2016', 'MHH NL 06_2016', 'MHH NL 06_2016_CB_Neu', 'VIP', and 'Verteiler Notfallplan für Unternehmer'. Each row includes a checkbox, a star icon, and a gear icon for actions. The bottom of the page shows a footer with 'BMW' logo and navigation links for 'Mobiltelefon', 'Schnellmenü', 'Tour', 'Rückmeldungen', 'Hilfe', and 'Support'.

Typ	Einträge in der Liste	Kontaktliste	Beschreibung	Zugewiesen an	Datum erstellt
Standard	2	20160621_FFM_Grillen_bei_Winlocal	Zusagen von Teilnehmern am Grillabend von WinLocal	Friedemann Höfig	31.05.2016 14:33
Standard	23	BM 2015-08-26 keine Email raus - Benefiz-Networkin	zur Übertragung in Super-mailer oder Überarbeitung opt-in	Britta Möller	31.07.2015 10:57
Test	3	1001_Test_Reinshagen	Zum Testen von Mails	Bernd Reinshagen	03.03.2015 17:17
Standard	4	Team Hein (Standard)	wir dazu im Verteiler	Ronya Krieger	07.09.2015 15:31
Standard	2	1010 WGK	Werbegemeinschaft Kirchhellen Mitglieder	Andreas Heib	13.05.2015 15:48
Standard	91	2016-03-01 Newsletter aus Berlin an Interessenten	Weiterleitung des BMW Newsletter aus Berlin an alle aktuellen Interess...	Friedemann Höfig	01.03.2016 09:04
Test	66	Testliste_oe	Weihnachtsgrüße	Otto Eismann	08.12.2015 14:11
Standard	420	2016-06-13 Unterdrückt_2016-05-30	Wegen eMail/Domain unterdrückt.	Peter Dannowski	30.05.2016 16:50
Standard	1	Testliste	Vorabtest	Helge J. Kirchner	10.02.2015 12:30
Standard	4.906	CB_MHH NL 06_2016	Vollverteiler MHH Newsletter 20.06.2016	Fred Gerd Modrow	20.06.2016 06:24
Standard	4.916	MHH NL 06_2016	Vollverteiler MHH Newsletter 20.06.2016	Fred Gerd Modrow	20.06.2016 06:24
Standard	4.888	MHH NL 06_2016_CB_Neu	Vollverteiler MHH Newsletter 20.06.2016	Fred Gerd Modrow	20.06.2016 06:24
Muster = ...	0	VIP	VIP Liste	Alexander Lohse	18.08.2015 14:37
Standard	0	Verteiler Notfallplan für Unternehmer	Verteiler Veranstaltung 10.05.2016 Solingen	Achim Fabritius	25.04.2016 14:13

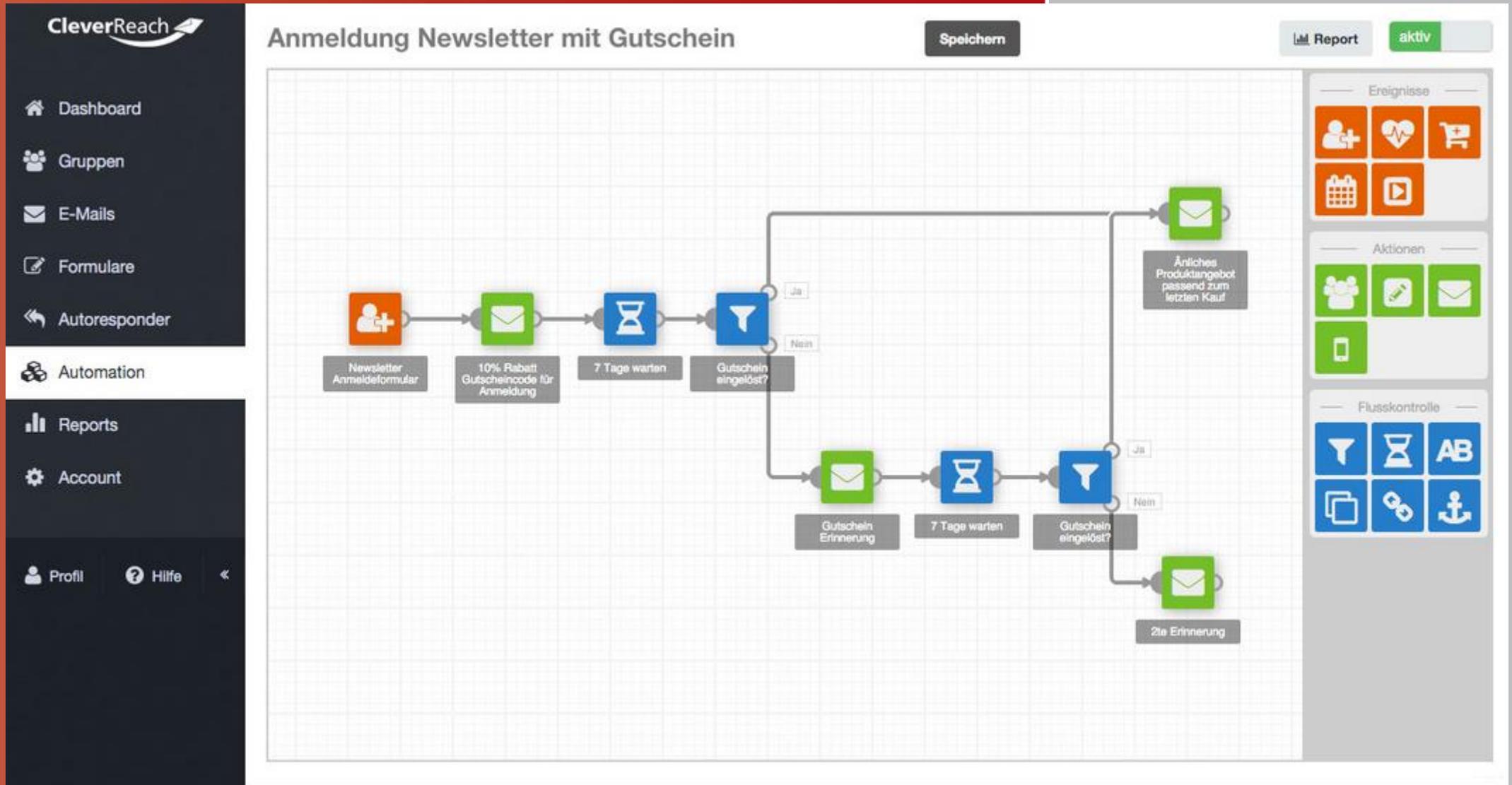
Vorgehensweise in den Systemen

CleverReach: Gruppen und E-Mails

The screenshot displays the CleverReach E-Mail management interface. On the left is a dark sidebar with navigation options: Dashboard, Gruppen, E-Mails, Formulare, Autoresponder, Automation THEA BETA, Reports, Mein Account, Agenturlösung, Profil, and Hilfe. The main content area is titled 'E-Mails' and includes tabs for E-Mails, Templates, Elemente, and Bilder. A notification states: 'Bereits versendete Mailings werden hier max. 3 Tage angezeigt. Unter Repo...'. Below this are filter and category dropdowns. A list of campaigns is shown, including 'Reaktivierung Kampagne Reminder 2017 / 1', 'Reaktivierung Kampagne Bonuspkt 2017 / 1', 'Reaktivierung Kampagne Gutschein 2017 / 1', 'Newsletter Reg ZG 2A', 'Kampagne Angebot 2016-12 PL 4', and 'Newsletter Priodukt Annoucement MDIG-14 / 201'. A preview of an email template is shown on the right, featuring the 'HIT-MEISTER' logo, a customer hotline number, and personalized text for 'Lieber Herr Kothe'. The email content includes a reminder to visit the store, a coupon code '41351MBPLHH', and a 'Jetzt Gutschein einlösen' button. The footer of the email contains copyright information and a Facebook promotion: 'Tipp: Werden Sie jetzt Facebook-Fan und Sie erhalten 100 Bonuspunkte!'. The URL at the bottom left is 'https://eu2.cleverreach.com/admin/mailings_create_editor.php?id=10181484'.

Vorgehensweise in den Systemen

CleverReach: Automation



Resümee:



Starten wir!



Besuchen Sie uns im
Foyer der MainIT2017 !

 **SUGARCRM**

 **ISC**
IT & SOFTWARE
CONSULTANTS