



JOSEF SEIBEL

TREACTION
ONLINE MEHR GESCHÄFT

Customer Success
E-Mail-Marketing
Josef Seibel

April 2022

Kundenzitat und Kurzportrait

„Schon zu Beginn der Zusammenarbeit wurde sich **viel Zeit** für uns genommen und uns gemeinsam mit unseren Partnern das Tool vorgestellt – dies hat sich auch durch den kompletten **Einrichtungs- und Onboarding Prozess** durchgezogen. Bei Fragen und Problemen hilft mir das Team der treaction **schnell und unkompliziert** weiter.

Besonders gefällt mir, dass auch Themen direkt mit unseren Partnern abgestimmt werden, sodass nicht jedes Detail über meinen Tisch laufen muss. Zudem sprechen wir regelmäßig darüber, wie wir uns weiterhin verbessern können, was sich auch in den Kennzahlen der Newsletter und im Umsatz des Shops bemerkbar macht.“

Anna Dürrenberger – Online Marketing Managerin



JOSEF SEIBEL ist eine der traditionsreichsten **Schuhmanufakturen** Deutschlands und steht seit seiner Gründung im Jahre 1886 für **handwerkliche Perfektion, Komfort und Qualität**. Mit der Zeit entwickelte sich das Unternehmen zu einem internationalen Schuhhersteller mit gutem Ruf und produziert neben der Marke JOSEF SEIBEL weitere bekannte Brands wie Gerry Weber Shoes, Romika und Westland.

Das ein traditionsreiches Familienunternehmen aber nicht im Widerspruch zu einer modernen Marke stehen muss, hat JOSEF SEIBEL insb. in den letzten Jahren durch eine Auffrischung der Marke und einen **preisgekrönten Relaunch** des Online Shops bewiesen. Wir sind gespannt wie die Reise weitergeht und freuen uns JOSEF SEIBEL zu begleiten.

Inhalt

- 01 ● **Management Summary**
- 02 ● **Herausforderung**
- 03 ● **Umsetzung**
- 04 ● **Entwicklung**
- 05 ● **Ergebnis und Ausblick**

Management Summary


Im Mai 2021 startete treaction und JOSEF SEIBEL die Zusammenarbeit, um das E-Mail-Marketing in Verbindung mit **Plentymarkets** kurzfristig effektiver und langfristig rechtssicher zu professionalisieren.

Erstmals wurden Webshop-Kunden über einen **after-sale-Funnel** für das Marken-Rebranding, die Unternehmenswerte und die Faszination für Schuhe sensibilisiert und als zukünftige Newsletter-Empfänger sowie potenzielle Stammkunden qualifiziert. Gepaart mit einer feingliedrigen Listenhygiene, konnte die Performance des Newsletter Marketings deutlich gesteigert werden.

Was darüber hinaus noch realisiert worden ist und in Zukunft noch ambitioniert geplant ist, lest ihr in dieser Case Study.

Wenn diese E-Mail nicht korrekt dargestellt wird, klicke bitte [hier](#).

JOSEF SEIBEL




Schuhpflege-Tipps.

EL. WHEREVER I GO. WHATEVER I DO. HOWEVER I FE

Hallo lieber JOSEF SEIBEL Fan,

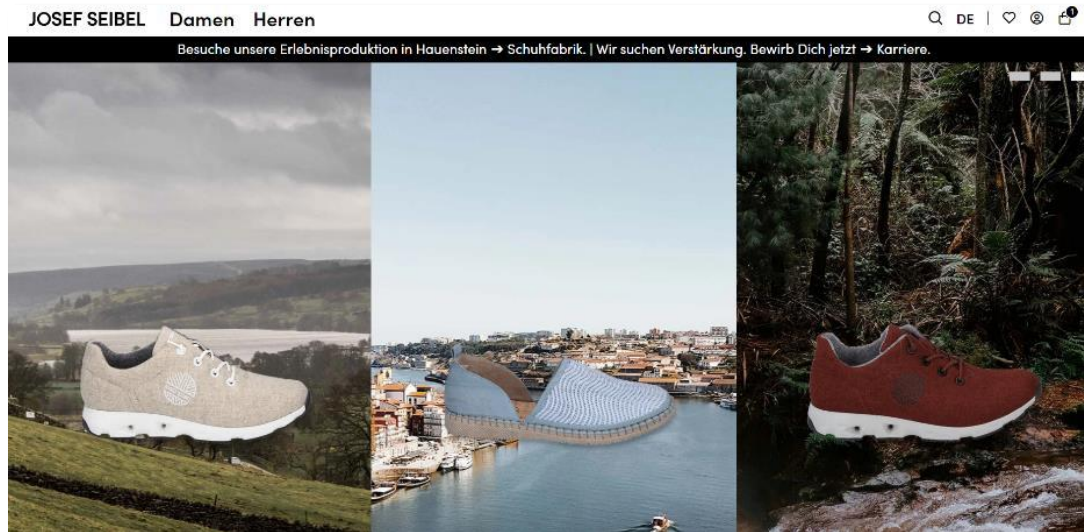
Frisch gekauft sehen Schuhe am schönsten aus. Damit das auch lange so bleibt, ist die richtige Schuhpflege unerlässlich. Bereits mit wenigen Handgriffen kannst Du die Lebensdauer Deiner Schuhe verlängern oder alten Modellen zu neuem Glanz verhelfen. Wir verraten Dir drei simple Pflegetipps, damit Du länger Freude an Deinen treuen Begleitern hast.



Pflegetipp #1:
Schuhe richtig Imprägnieren

Die richtige Imprägnierung ist das A und O der Schuhpflege, denn sie lässt nicht nur die Schuhe lange schön aussehen sondern schützt vor allem vor Schmutz und Nässe. Deshalb empfehlen wir vorm ersten Tragen Deiner neuen Rauleder- oder Textilschuhe die Behandlung mit einem farblosen Imprägnierspray. Dafür das Spray gleichmäßig mit einem Abstand von 30 bis 50 Zentimetern aufsprühen und mit jeweils 10-15 Minuten Abstand zwei bis drei dünne Schichten auftragen. Ein weiterer Tipp: Modelle, die Du regelmäßig trägst, sollten alle zwei bis drei Monate erneut imprägniert werden!

Herausforderung



Anfang Mai 2021 standen große Änderungen im Hause JOSEF SEIBEL bevor: Nicht nur ein **Wechsel des Shopsystems auf Plentymarkets** war geplant, sondern damit verbunden auch ein kompletter **Relaunch der Marke**.

Da das **bisherige E-Mail-Marketing Tool keine Schnittstelle** zu Plentymarkets bot, darüber hinaus aber auch über **keine Server in Europa** verfügte, **keinen Kundensupport** bot und die Oberfläche nicht auf Deutsch verfügbar war, sollte ein neues Tool her. Dieses sollte vor allem den rechtlichen Anforderungen der DSGVO genügen, eine Anbindung zu Plentymarkets haben wie auch den Einsatz von **Marketing Automations** ermöglichen, die im Zuge des Relaunches erstmalig geplant waren.



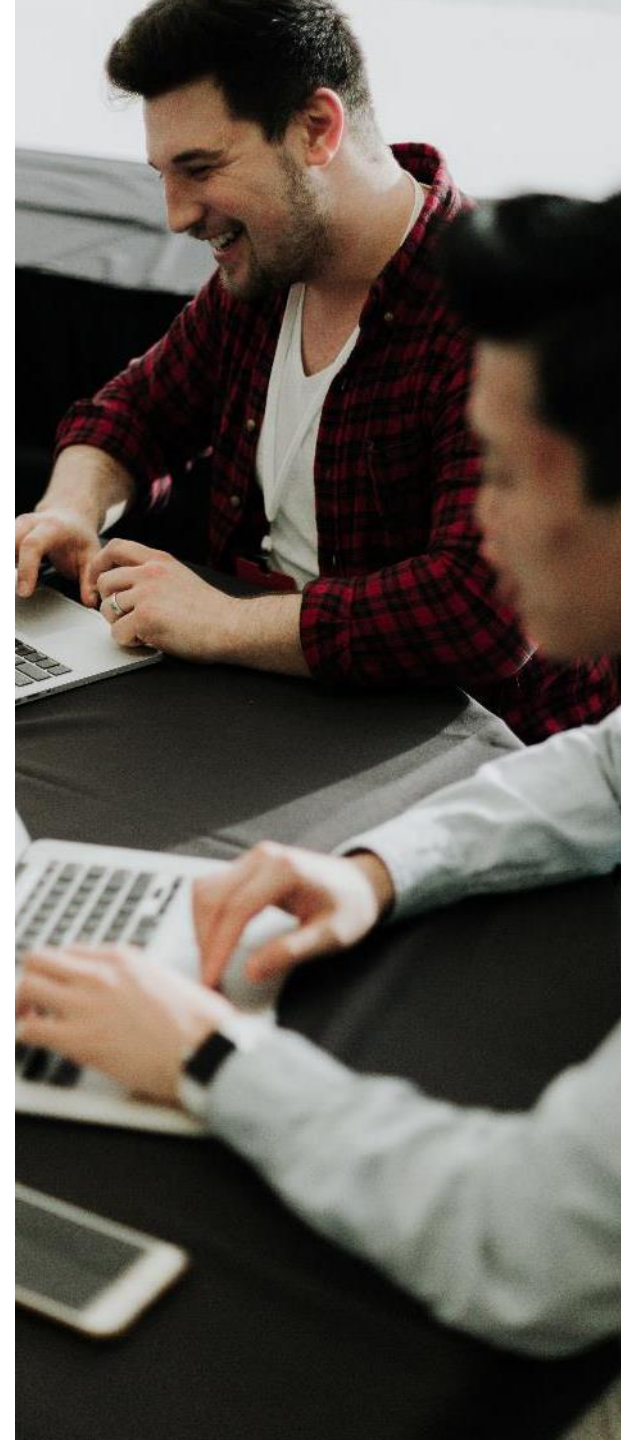
Die Geschichte hinter dem 1886er

Umsetzung I

Vor Beginn der Zusammenarbeit haben wir in Abstimmungs- und Demo-Calls aufgezeigt, wie wir mit unserer Marketing-In-One eMail Lösung die **rechtlichen wie auch technischen Anforderungen** des Kunden bedienen und ihm in seinem E-Mail-Marketing unterstützen können. Vertiefend haben wir dann nach Vorbereitung des Kontos wie auch einer Newsletter Vorlage in **gemeinsamen Onboardings** alle wichtigen Schritte und Möglichkeiten unserer E-Mail-Marketing Lösung aufgezeigt.

Hierbei war immer das **Zusammenspiel** aus dem Marketing Team von JOSEF SEIBEL selbst, den Kollegen von **ECOMRC-Bonny&Bonny** im Projektmanagement wie auch der Performance Agentur **Devotion** und der PR-Agentur **The Superdesk**. Auch im weiteren Verlauf der Zusammenarbeit gab es stets eine enge Abstimmung zw. allen Parteien, um fortlaufend die Qualität des E-Mail-Marketings sicherzustellen und neue Projekte gemeinsam zu stemmen.

Mit dem Wechsel zu uns haben wir dem Kunden empfohlen neben seinen Newsletter Anmeldern auch sein Bestandskundenpotential zu nutzen, also seine **Kunden aus dem Online Shop anzusprechen**. Dies ist rechtlich möglich auf Basis des § 7 Abs. 3 UWG, sofern die Mail-Adresse im Rahmen eines Kaufes erhoben wurde, nur gleiche oder ähnliche Produkte/Dienstleistungen angeboten werden, kein Widerspruch des Kunden vorliegt, sowie bei Erhebung und Verwendung der Adresse auf den Widerruf hingewiesen wird. Um dennoch keine Kunden zu verärgern, haben wir nur Kunden aus der jüngsten Vergangenheit hinzugenommen und diese vorab im Rahmen eines **Opt-Out Mailings** über den zukünftigen Erhalt und die Inhalte & Vorteile des Newsletters informiert und ihnen eine einfache Möglichkeit gegeben sich direkt abzumelden.



Umsetzung II

Die Kunden wie auch die Newsletter Anmelder werden dabei **über den elastic Sync von Plentymarkets in unser Marketing-In-One eMail Tool** übertragen. Um die Daten darüber hinaus direkt zu übertragen, stellen wir gerade auf die Übertragung per Webhooks um. Perspektivisch wird es auf Basis unserer neuen Marketing-In-One Technologie bald eine neue, direkte Schnittstelle zu Plentymarkets geben, durch welche die Daten automatisiert und in Echtzeit synchronisiert werden können. Zusätzlich werden durch **SmartTags** viele weitere kaufrelevante Daten mit übergeben werden, die dann im E-Mail-Marketing spannende Möglichkeiten zur Personalisierung und Segmentierung bieten.

Neben dem klassischen Newsletter wurde von Beginn ab auch eine Marketing Automation für Neukunden eingerichtet. Im Rahmen dieser erhalten alle neuen B2C Kunden aus dem Shop **eine Strecke an 3 Newslettern binnen ca. 3 Wochen**, in derer sie in der JOSEF SEIBEL Welt willkommen geheißen werden, die Philosophie und Werte der Marke transportiert werden und der Kunde die Möglichkeit hat durch eine Umfrage seine Meinung kundzutun. Erst nach durchlaufen dieser Strecke, werden die Kunden auch mit dem **regelmäßig erscheinenden Newsletter über aktuelle Aktionen und News aus der Welt von JOSEF SEIBEL** informiert. Mit der neuen Schnittstelle zu Plentymarkets sind weitere Automationen geplant, um noch stärker den Customer LifeCycle des Kunden im Fokus zu haben und den Kunden noch personalisierter und mit relevanteren Inhalten ansprechen zu können.

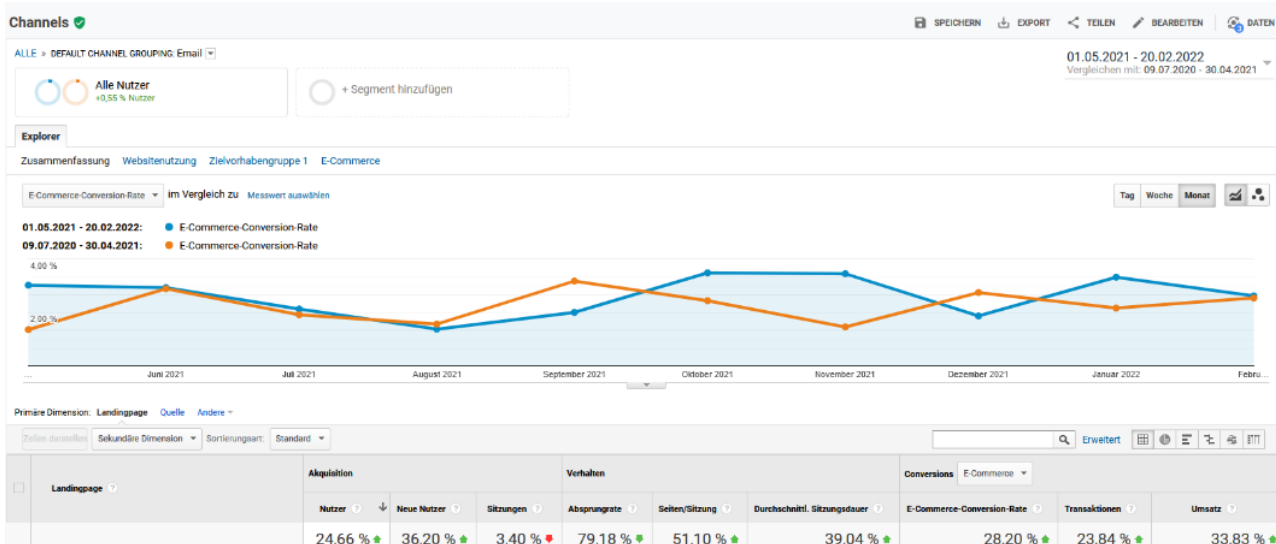
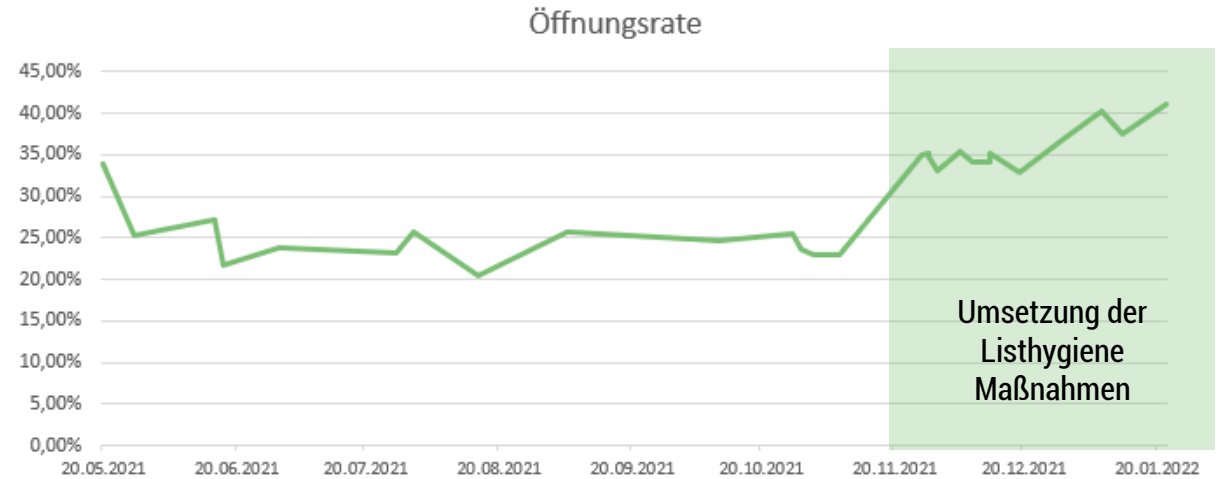
Neben den Newsletter Anmeldern und Kunden aus dem Online Shop können aber **auch weitere Datenquellen angebunden** werden. So haben wir kürzlich in Zusammenarbeit mit der Performance Agentur über unsere Facebook Schnittstelle ermöglicht, dass die über Lead Ads generierten Daten direkt in unser System gespielt werden. Diese werden dann automatisiert mit einem **DOI Mailing** bespielt, um eine **rechtssichere Anmeldung zum Newsletter** zu gewährleisten. Nach Bestätigung ihrer Mail-Adresse erhalten die Nutzer dann im nächsten Mailing ihren versprochenen Gutscheincode.

Entwicklung

Entwicklung der unigen Öffnungsrate (B2C Newsletter)

Durch den **Ausschluss von Nicht-Öffnern** konnte die Öffnungsrate der Newsletter ab November 2021 deutlich gesteigert werden.

+ 40%



Entwicklung des Umsatzes (lt. Google Analytics)

Neben den relevanten Versendungskennzahlen der Newsletter konnte auch die **Wirtschaftlichkeit** des Kanals E-Mail-Marketing gesteigert werden. Im Zeitraum der Zusammenarbeit wurde mehr als ein Drittel mehr Umsatz über E-Mail-Marketing generiert im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

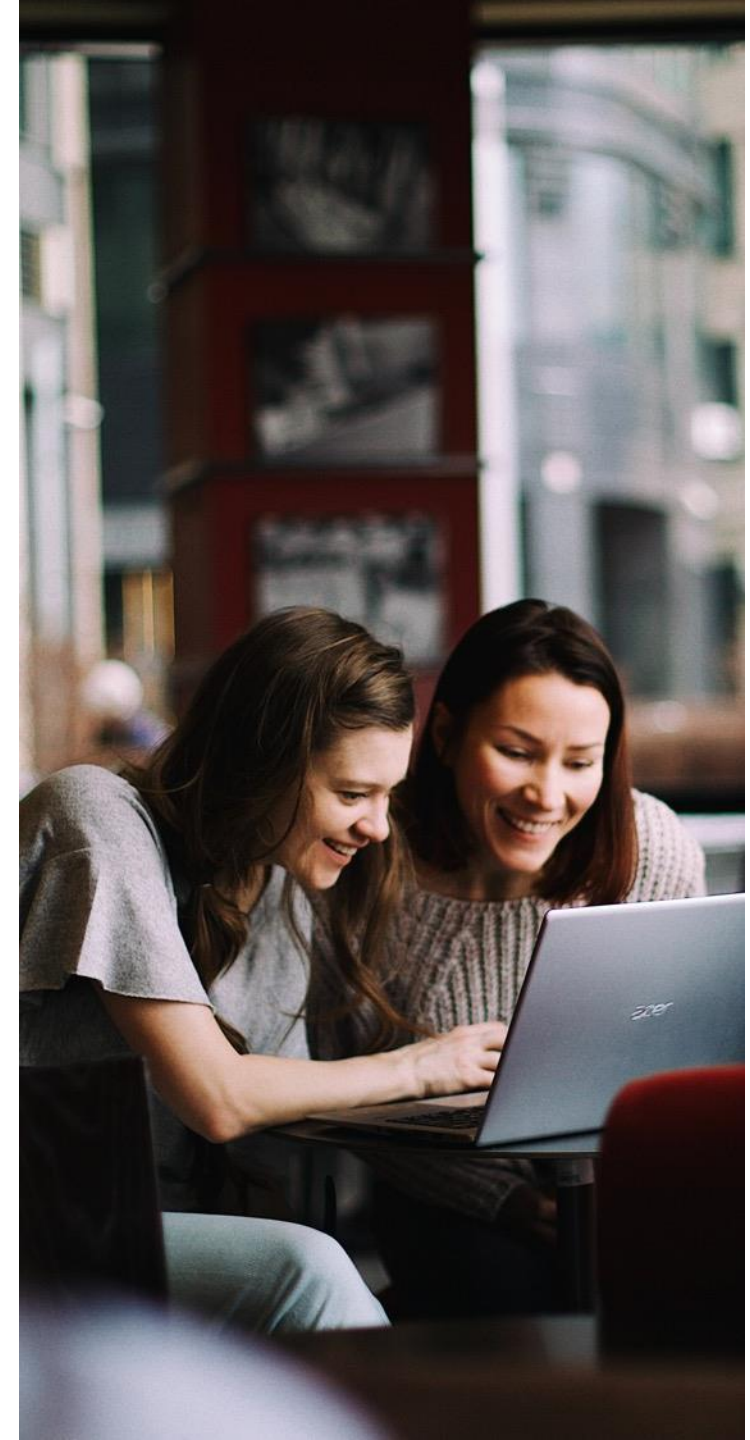
+ 34%

Ergebnis

Durch die **Hinzunahme der Kunden** konnten die per Newsletter Marketing bespielten Kontakte deutlich gesteigert werden. Gleichzeitig wird aber auch eine fortlaufende **Listhygiene** eingesetzt, indem automatisch Kontakte ausgeschlossen werden, die im letzten halben Jahr keinen Newsletter von JOSEF SEIBEL geöffnet haben.

Letzteres führte dazu, dass sich die wesentlichen KPIs der Newsletter wie **Öffnungs- und Klickrate** im Verlauf der Zusammenarbeit signifikant gesteigert haben, gleichzeitig in Summe aber weniger Mailings versendet werden mussten.

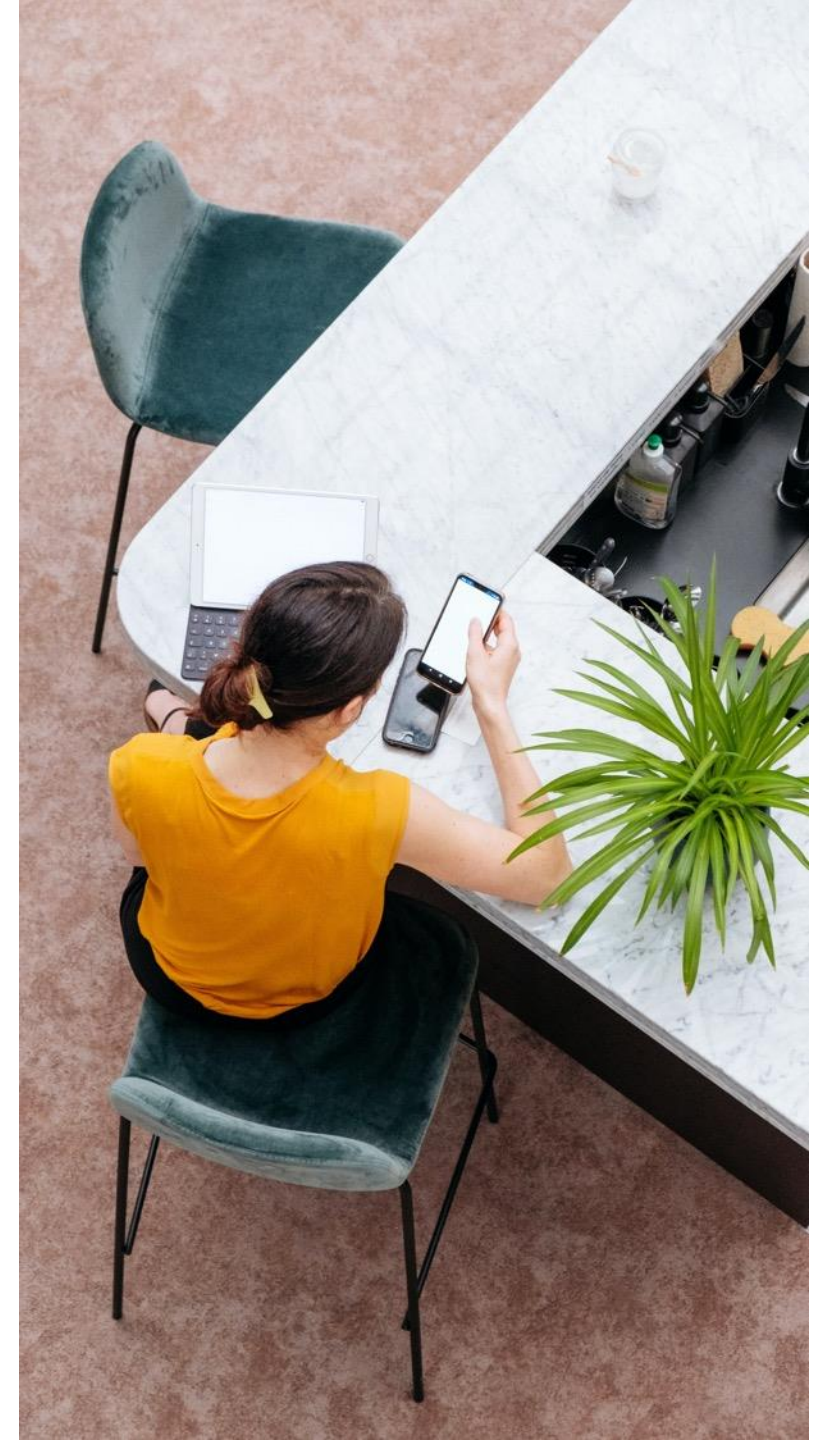
Neben den reinen Newsletter Kennzahlen konnte aber auch die Relevanz des Kanals E-Mail-Marketing im Online Shop erhöht werden: Über einer Steigerung der **Nutzer um knapp 25%** hinaus, konnte auch der zuordenbare **Umsatz um ein Drittel** gesteigert werden.



Was ist für die Zukunft geplant?

„Fulminant ist JOSEF SEIBEL in eine ganz neue Dimension des E-Mail-Marketings vorgestoßen. Der Erfolg der letzten Monate zeigt, wie wichtig ein Partner ist, der sich Zeit nimmt und kümmert und motiviert zu mehr: Auf Basis der neuen treaction-Schnittstelle sollen mehr Kunden- und Bestelldaten in Marketing-In-One eMail genutzt und Kunden gezielter und insbesondere gemäß ihres individuellen Kunden-Lebenszyklus automatisiert angesprochen werden. Zudem steht das Thema Internationalisierung in den Startlöchern, welchem wir entsprechend mit mehrsprachigen Newslettern entgegen wollen“

Marc Bonny, Projektmanager von ECOMRC.



Über uns

Wir sind treaction, ein Team von 25 leidenschaftlichen, kreativen Experten für eCommerce und Online-Marketing. Unsere gemeinsame Mission ist Online mehr Geschäft für unsere Kunden zu schaffen. Unsere Kunden sind kleine und mittlere Online Händler und B2B Dienstleister. Über 130 zufriedene Kunden motivieren uns weiter mit Begeisterung & Energie spannende Projekte erfolgreich umzusetzen. Unsere Kernkompetenzen sind

- E-Mail-Marketing & Marketing-Automation
- Suchmaschinenmarketing SEO und SEA
- B2B Lead-Generierung

Unsere Leidenschaft ist die Verbindung von Technologie mit kreativem Marketing, um Kunden so Online mehr Geschäft zu ermöglichen.

Die Prinzipien unseres Handelns sind Klarheit, Schnelligkeit und Leistungsorientierung für unsere Kunden.

Einige unserer zufriedenen Kunden:

ORIGINAL
RÄDERheute wohnen
www.heute-wohnen.deOUTLET
TRENDSMYMAW.DE
SEIT 1995



Kurfürstenstraße 1

34117 Kassel DE

treaction.net