



GRATIS
Versand

Heute aktuell

- ▶ Schlank geht auch anders
- ▶ 7 Minuten am Tag
- ▶ Aktuell: FFP2 Atemschutzmasken

 Geschenkgutscheine

★ Bestseller

▶ Neuheiten

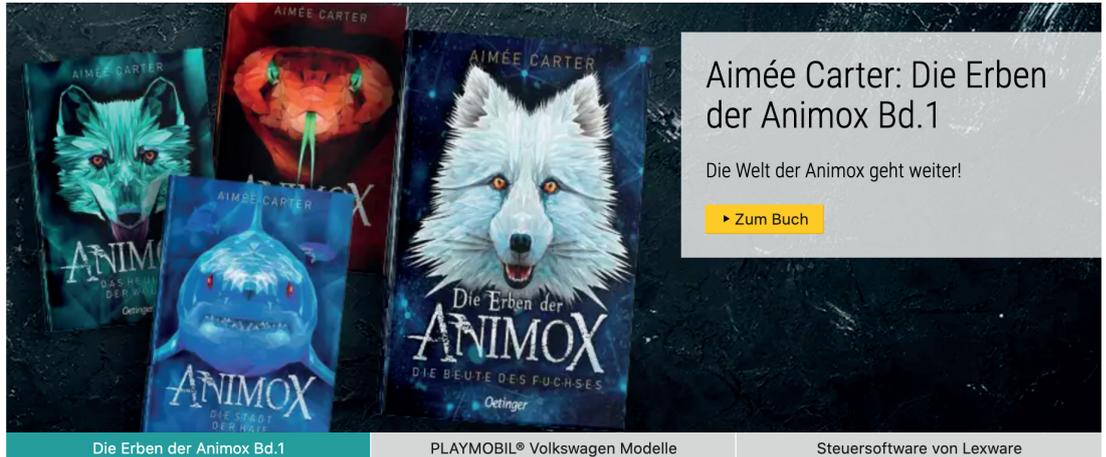
 Vorschau

 Preishits

Themenshops

Buch-Reihen

Mängel Exemplare



Aimée Carter: Die Erben der Animox Bd.1

Die Welt der Animox geht weiter!

▶ Zum Buch

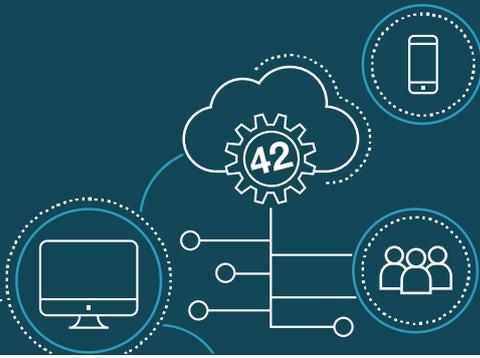
Persönliche Empfehlungen

Basiert auf Ihren zuletzt angesehenen Artikeln

Customer Success



“The new normal” -
wie bücher.de die Corona-Krise als
Katalysator für zukunftssichere
Vertriebsmethoden nutzt



Branche	Kerngeschäft	Standort	Mitarbeiter	Produkte
Versandhandel	B2C Online-Versandhandel von Medien und mediennahen Produkten	Augsburg	40	Marketing Cloud

Das Unternehmen besteht seit 1999 in Augsburg - seit 2005 auch unter dem Namen buecher.de als GmbH & Co KG geführt. Mit über 10 Millionen Produkten zählt das Unternehmen zu den führenden deutschen Buch- und Medienhändlern. Zudem werden über eine Million E-Books in zahlreichen Sprachen angeboten.

Die Corona-Pandemie als Game-Changer

Für buecher.de boten die Auswirkungen der Corona-Krise nicht nur Negatives. Aufgrund der Zunahme des Online-Geschäfts Anfang 2020 stieg die Nachfrage nach Produkten bei dem Online Händler. Hier erwies es sich als vorteilhaft, dass buecher.de bereits vor der Krise als reiner Internethandel Online gut aufgestellt war. Umso wichtiger war es, eine skalierbare, zukunftssichere Plattform-Lösung zu etablieren, um Qualität und Quantität weiter zu steigern und die hohen Standards des Unternehmens aufrecht zu erhalten.

Optimierte Kundenansprache mit der Marketing Cloud

Damit das Unternehmen seine eigenen Qualitätsansprüche mit steigendem Erfolg auch in Zukunft sicherstellen konnte, musste ein neues System für die Kundenansprache implementiert werden.

Gemeinsam mit der factory42 ist das Unternehmen mit der Auswahl eines fortschrittlichen Systems und etablierter Infrastruktur in dieses Projekt gestartet, mit dem klaren Ziel, die Kundenansprache zu personalisieren, die existierenden Prozesse zu überprüfen und soweit als möglich zu automatisieren. All dies muss und soll den Kunden in den Mittelpunkt stellen, um auf Basis

dieser Daten ein modernes, datengetriebenes Marketing zu betreiben, das in den nächsten Jahren mit technischen Neuentwicklungen und Kundenanforderungen mitskalieren kann. Der Aufwand, eine eigene Lösung weiter zu entwickeln, stößt mit der fortschreitenden, rasanten technischen Entwicklung an die Grenzen. Im Kontext eines optimierten Deckungsbeitrages hat sich buecher.de für die Marketing Cloud auf Basis der Salesforce Plattform entschieden.

Günter Hilger
Geschäftsführer



Ausschlaggebend für die Wahl der Marketing Cloud war zudem die Tatsache, dass der Fokus der Marketingaktivitäten des Unternehmens neben SEA und Affiliate Marketing auf E-Mail Marketing liegt. Dieser Kanal hat das stärkste Potenzial, was den Abverkauf von Angeboten und neuesten, wechselnden Aktionen betrifft. Über SEA und Affiliate Aktivitäten wird der potenzielle Kunde in Kontakt mit der Marke gebracht. Den Kanal E-Mail nutzt das Unternehmen, um die Kunden auf dem Laufenden zu halten. Die Nachfrage nach Produkten und der Kaufprozess findet dann ausschließlich Online über den etablierten buecher.de Shop statt. Das steigende Bestellaufkommen zu Beginn der Corona-Krise erforderte dabei mehr Skalierbarkeit auf allen Kanälen.

Die Marketing Cloud bietet dem Unternehmen die Chance auf ein weitestgehend automatisiertes und datengetriebenes E-Mail Marketing, um damit den Fokus noch extremer auf die



individuellen Kundenbedürfnisse legen zu können. Im Mittelpunkt aller Aktivitäten weg vom alten und hin zu einem neuen System stehen Personalisierung und Automatisierung, wobei die manuellen Arbeitsaufwände drastisch reduziert werden sollen. Durch Empfehlungsmarketing sollen interne Tätigkeiten verringert werden. Die Marketing Cloud ermöglicht eine transparente Darstellung aller notwendigen Informationen und macht einzelne Schritte von Prozessen messbar und skalierbar.

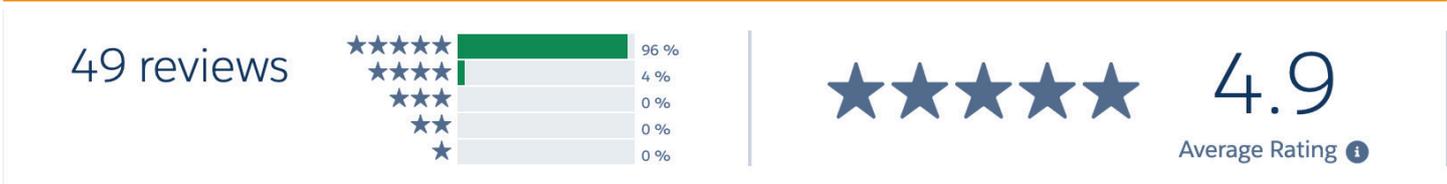


Mit der Implementierung der Marketing Cloud hat buecher.de den Grundstein zur weitestgehenden Automatisierung und für datengetriebenes, kundenzentriertes E-Mail Marketing gelegt. Bereits kurz nach dem Go Live konnten die neuen Regelprozesse etabliert und somit rasch wiederkehrende Aufwände reduziert werden. Das Setup der Willkommens-Journey oder auch der Geburtstags-Journey hat manuelle Eingriffe direkt

deutlich reduziert und optimiert. Auch wurden weitere Prozesse im E Mail Marketing identifiziert, die auf ähnliche Weise automatisiert und auf Basis von Kundenentscheidungen innerhalb der Journey personalisiert werden können.

Herausforderungen der System-Integration wurden gemeinsam gemeistert

Die während des Projektes auftauchenden Fragen wurden dank langjähriger Projekterfahrung von factory42 und des professionellen Einsatzes des Bücher.de-Teams rasch und intelligent gelöst. Die Marketing Cloud wurde mit einem zentralen Data WareHouse verbunden, indem alle relevanten Daten führend zusammenlaufen. Zusätzlich hat factory42 den bestehenden Webshop an die Marketing Cloud und eine eigenentwickelte Recommendation Engine integriert, um das umfangreiche Produktportfolio trotz hoher Komplexität zuverlässig abzubilden. Ein bi-direktionaler Austausch relevanter Daten sorgt dafür, dass die hohe Datenqualität in allen System aufrechterhalten wurde und das Unternehmen immer den richtigen Blick auf seine Kundendaten hat. In dieser Phase wurden zusätzliche Schnittstellen zu Umsystemen identifiziert und in eine erweiterte Architektur aufgenommen. Mit factory42 als erfahrener Experte an seiner Seite wurden die Umsysteme zügig angebunden. Diese erleichterte den Arbeitsalltag der Benutzer der Marketing zusätzlich.



★★★★★ Sep 11, 2020 Salesforce Verified

The factory42 team impressed with a high level of competence in relation to Salesforce products, the planning and implementation of the integration of the Marketing Cloud for our needs. We felt extremely well looked after in every phase of the project. We can definitely recommend factory42.

Wer wir sind

Wir stehen für CRM & Digitales Marketing.

factory42 ist ein international tätiger Spezialist für CRM (Customer Relationship Management) und Digitales Marketing.

factory42 hilft Unternehmen durch Beratung, Einführung und Betrieb von Cloud Technologien basierend auf Salesforce alle kundenorientierten Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service zu optimieren und ihre Geschäftsziele schneller zu erreichen.

Als Salesforce Partner entwickeln wir seit 2007 Cloud Lösungen auf Basis der Salesforce Plattform und realisieren Projekte für den Mittelstand und internationale Marken. Dazu haben wir eine pragmatische Methodik entwickelt, die die Geschäftsziele unserer Kunden im Fokus hat.

Wir unterstützen Sie bei der digitalen Transformation Ihres Unternehmens.



Sie möchten mehr zum Thema erfahren? Kontaktieren Sie uns gerne!



Dr. Michaela
Hámori-Satzinger

Geschäftsführerin

info@factory42.com

- Überzeugte Marketing Cloud Anhängerin und B2C Spezialistin
- >20 Jahre Erfahrung in Marketingberatung, ERP & CRM Systemeinführungen, Data Mining & Customer Journey Management
- internationale Erfahrung in Agentur & Management Beratung
- Analytisches CRM
- TU München, Universität Augsburg