

NEWSLETTER MARKETING IPERLOCALE GRAZIE A MULTI-CENTANCY

In qualità di azienda all'ingrosso, il Gruppo Zander conosce l'importanza di una comunicazione continua con clienti e partner, anche attraverso campagne mirate di newsletter e e-mail. Il Gruppo Zander si affida da oltre due anni alla piattaforma di marketing automation Evalanche. Grazie alla varietà di funzioni e all'implementazione pratica di Zander Digital Services, il grossista ha già circa 100.000 contatti dal proprio pool di dati. La capacità multi-cliente di Evalanche consente alle unità di vendita locali del Gruppo Zander di inviare automaticamente newsletter individuali e campagne e-mail.

Il Gruppo Zander è un fornitore all'ingrosso nei settori elettrico, riscaldamento e idraulico. Fornisce numerosi partner commerciali del commercio al dettaglio, del commercio e dell'industria. Zander digitale

Services (ZDS) è il tuo fornitore di servizi digitali, che implementa soluzioni di e-business adeguate sia per i tuoi clienti che per la stessa società di vendita all'ingrosso. ZDS è anche un partner d'oro nell'ecosistema Evalanche.

Dati del progetto

Settore:

Grossisti nei settori elettrico e sanitario, riscaldamento e condizionamento

Azienda:

Zander-Gruppe

Dipendenti:

> 1.600

Project focus:

Newsletter marketing, campagne di marketing automatizzate, campagne iperlocali

Sistemi coinvolti:

Evalanche

Punti Salienti:

Funzionalità multi-client, modelli multivariati, ottimizzazione dei tempi di spedizione basata sul comportamento, elaborazione dei dati da parte dei server in Germania

Obiettivi:

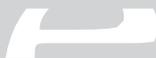
Generazione di lead e aumento delle vendite per i clienti esistenti

La sfida:

Gruppo con struttura holding

Risultato:

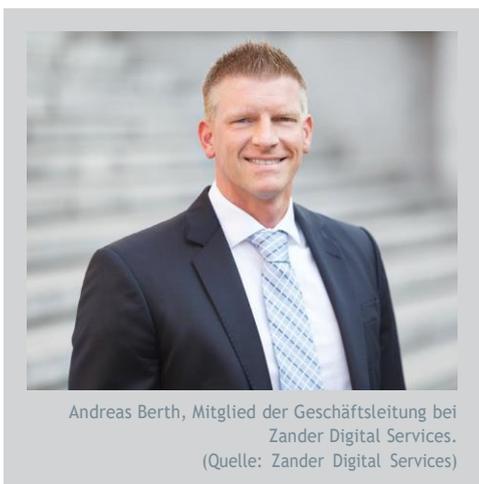
Significativo miglioramento dell'area clienti esistente, acquisizione di nuovi gruppi di clienti



IL PUNTO DI PARTENZA

Le aree di applicazione della marketing automation presso il Gruppo Zander vanno dalle newsletter, alle recensioni di artigiani e dal negozio online a vari moduli per la raccolta e la qualificazione dei dati dei (potenziali) clienti. È importante adattare e automatizzare i moduli e le campagne esattamente alle esigenze del Gruppo Zander e del cliente. Il presupposto per questo è definire il rispettivo gruppo target nel modo più preciso possibile e determinare trigger specifici. È quindi possibile sviluppare un processo che esegue automaticamente le misure di marketing.

DIE ANFORDERUNGEN



Andreas Berth, Mitglied der Geschäftsleitung bei
Zander Digital Services.
(Quelle: Zander Digital Services)

"L'automazione del marketing non significa più solo inviare mailing", spiega Andreas Berth, Amministratore di Zander Digital Services, "ma piuttosto automatizzare in larga misura i processi di marketing digitale per fornire ai clienti contenuti il più pertinenti possibile digitalmente presso sempre e per rendere questi processi misurabili". Le funzionalità della soluzione di automazione del marketing sono importanti tanto quanto l'assistenza e il supporto del fornitore del software. "Per noi e per l'intero gruppo Zander, è importante non essere un cliente insignificante di una grande azienda", spiega Andreas Berth. "Il nostro desiderio è sapere che i nostri contatti sono sempre disponibili e aperti alle nostre preoccupazioni e avere uno scambio costruttivo a livello degli occhi. In SC-Networks è stato così fin dall'inizio". Per il Gruppo Zander, è anche di grande importanza proteggere i propri dati e quelli dei clienti al fine di giustificare e mantenere la fiducia riposta in essi. È qui che Evalanche offre il vantaggio decisivo rispetto ad altre soluzioni di automazione del marketing, i server

e gestire i dati in paesi al di fuori dell'UE. Evalanche è ospitato esclusivamente in data center tedeschi che, come lo stesso produttore SC-Networks, sono certificati ISO 27001 TÜV. L'azienda garantisce quindi agli utenti della piattaforma di automazione del marketing la sicurezza delle informazioni e la protezione dei dati in conformità con il Regolamento generale sulla protezione dei dati dell'UE applicabile (DSGVO).

IMPLEMENTAZIONE

Evalanche è stato introdotto nel 2018 come parte dell'entrata in vigore del GDPR. Zander Digital Services, che all'epoca poteva già vantare una partnership a lungo termine con SC-Networks, si è occupata dell'implementazione completa, della realizzazione delle prime campagne e della creazione di tutti i modelli in Evalanche. Con l'aiuto della piattaforma di automazione del marketing, il Gruppo Zander implementa numerose misure di marketing automatizzate: un gran numero di campagne e-mail e newsletter vengono inviate mensilmente a gruppi target segmentati automaticamente degli oltre 100.000 contatti attivi in Evalanche. Questi includono campagne mensili del Gruppo Zander e newsletter locali delle varie unità di vendita che, grazie alla capacità multi-client di Evalanche, possono visualizzare contenuti specifici del gruppo target sulla base di modelli globali. Inoltre, ci sono moduli di contatto e appuntamenti digitali, nonché servizi clienti automatizzati, come la ricerca del commerciante. Il numero esatto degli invii dipende, tra l'altro, dalle campagne prenotate dai fornitori e dalle campagne e offerte del grossista.

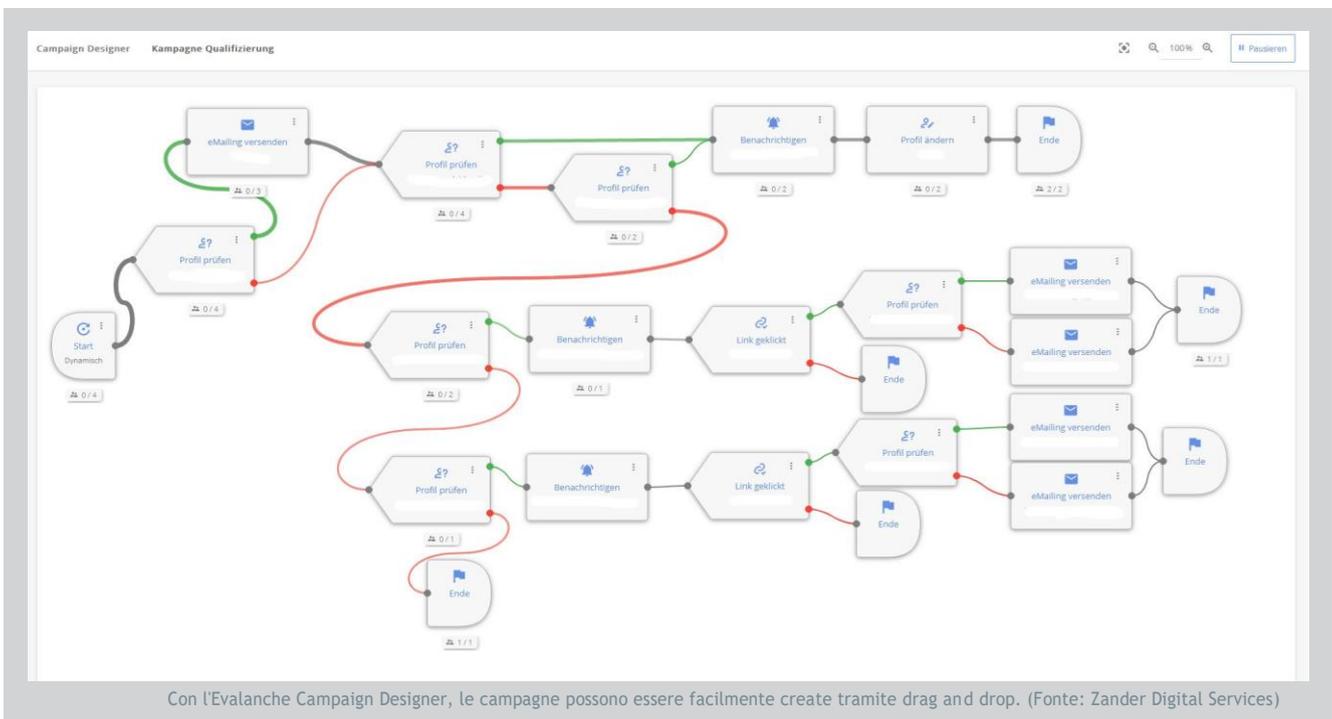
IL RISULTATO

Segmentazione granulare del gruppo target sulla base di oltre 100 criteri

La segmentazione del gruppo target per le rispettive misure di marketing avviene secondo criteri specifici, che vengono memorizzati per il rispettivo contatto nel database associato. Ciò include l'industria e la regione, ma anche le caratteristiche che il Gruppo Zander determina in base alla rilevanza commerciale del contatto. Ora c'è una selezione da oltre 100 criteri diversi. Le campagne possono essere eseguite in modo specifico per i gruppi target giusti sulla base dei vari modelli comportamentali dei contatti, dei dati inseriti come informazioni sul settore o delle dimensioni dell'azienda e della loro posizione geografica. Inoltre, il Gruppo Zander può reagire automaticamente al rispettivo comportamento del destinatario nell'ambito delle misure di marketing.

Campagne automatizzate

Non appena i fattori scatenanti e il processo di nurturing per una campagna sono stati determinati utilizzando Evalanche Campaign Designer, tutto è pronto per l'implementazione automatizzata di una misura di marketing. Evalanche reagisce indipendentemente ai fattori scatenanti legati al tempo e all'azione. Ad esempio, se un contatto non ha aperto o fatto clic sull'e-mail precedente, dopo un certo periodo di tempo verrà inviata un'e-mail di promemoria. Se un destinatario fa clic sul collegamento in un'e-mail ed è interessato all'offerta ma non effettua un acquisto, può essere reindirizzato in un'e-mail separata con informazioni più dettagliate su questa o un'offerta simile. "Adattiamo sempre questi trigger individualmente all'obiettivo di una campagna", spiega Andreas Berth. "In questo modo, possiamo attivare diversi processi in base al comportamento dei destinatari in un determinato periodo di tempo." La funzione di tracciamento in Evalanche consente la memorizzazione dei dati comportamentali dei destinatari, come l'apertura di un'e-mail o il clic su un link, ai fini del lead scoring.



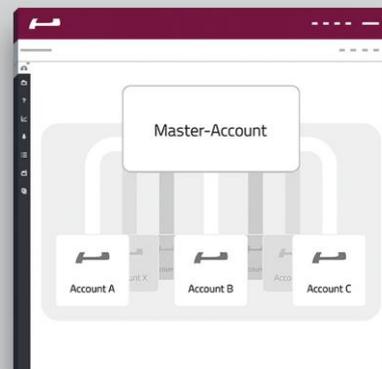


CAPACITÀ MULTI-TENANT IN EVALANCHE

La capacità multi-cliente di Evalanche è una caratteristica utile per un'azienda che non solo crea e invia la propria newsletter, ma desidera anche inviare singoli invii da società di vendita o unità aziendali associate. I responsabili ricevono il proprio software

Accede - come sub-tenant - e può inviare newsletter e mailing personalizzate al proprio gruppo target specifico. La creazione del contenuto può rimanere all'azienda stessa, che poi rende automaticamente disponibile il contenuto creato centralmente in Evalanche, o i sub-client

creare e controllare il loro contenuto in modo indipendente. È anche possibile una forma mista di gestione dei contenuti centrale e decentralizzata. È possibile preparare un modello principale per invii e newsletter per un aspetto uniforme a livello aziendale. I cosiddetti contenitori definiscono quali elementi i sub-tenant possono regolare e come. Vantaggio del template globale: In caso di modifica a livello aziendale (es. nel design aziendale), non è necessario aggiornare più template, ma solo il template master una volta a livello globale. Tutte le newsletter e gli invii specifici sono immediatamente di nuovo conformi ai CD.



I VANTAGGI

Il monitoraggio consente al Gruppo Zander di sviluppare campagne perfettamente adattate ai rispettivi gruppi target e di realizzarle in modo semplice ed economico, indipendentemente dalle loro dimensioni. In questo modo ogni cliente può ricevere le giuste informazioni personalizzate al momento giusto. Inoltre, Evalanche fornisce vari dati di monitoraggio che consentono al grossista di ottenere informazioni importanti sulle prestazioni e sull'efficacia di una campagna. Questi KPI vengono controllati, analizzati e interpretati in collaborazione con il negozio online Zander e Google Analytics.

Tassi di apertura più elevati grazie all'ottimizzazione dei tempi di spedizione

Uno dei fattori di successo rilevanti è il tasso di apertura. Questo fornisce informazioni sulla quantità e l'ora esatta delle aperture. Aiuta a trovare il momento ottimale per inviare newsletter e campagne e per identificare le informazioni sul comportamento del rispettivo gruppo target. A seconda del gruppo target, il tasso di apertura e il momento ottimale per l'invio possono variare. Mentre i tassi di apertura più elevati possono essere raggiunti tra i clienti commerciali al mattino presto, altri gruppi di clienti B2B e B2C mostrano una forte tendenza verso mezzogiorno o il pomeriggio. Per questo motivo l'ottimizzazione dei tempi di invio viene effettuata sulla base di test e dati comportamentali individuali ottenuti dai contatti. "Non è possibile determinare un tasso di apertura medio generalmente applicabile", spiega Andreas Berth. "Tuttavia, il Gruppo Zander punta generalmente a un tasso di apertura superiore al 40 per cento. Se un collegamento è memorizzato in un messaggio di posta, è principalmente importante che il destinatario faccia clic su di esso."

Le percentuali di clic come misura del successo

Il tasso di clic è anche un indicatore importante per misurare il successo delle misure stesse. Tra le altre cose, il tasso di clic fornisce informazioni sulla qualità dell'invio e sul suo effetto sul gruppo target che deve essere incoraggiato a fare clic. Per ottimizzare la qualità, il Gruppo Zander si affida anche al test A/B con invii vari, a volte multivarianti. Il grossista varia i componenti di un invio, come l'oggetto o il contenuto, e confronta i risultati tra loro. "La percentuale di clic è disponibile sia in termini assoluti per l'intero invio che in termini relativi per gli invii aperti", spiega Andreas Berth.

"Cìò significa che anche se una campagna non raggiunge un tasso di apertura elevato in termini assoluti, esiste la possibilità che abbia comunque successo se la percentuale di clic relativa è elevata". Soprattutto per le campagne di vendita, questo tasso è importante, ma non esclusivo, indicatore di successo. Per questo motivo sono inclusi anche i dati di Google Analytics, ad esempio vendite, conversioni e transazioni, in modo da poter infine misurare il reale successo economico di una campagna di vendita.

"Grazie a Evalanche, il Gruppo Zander ha l'opportunità di comprendere il comportamento dei propri gruppi target in modo più preciso e di allineare con successo i propri processi di automazione del marketing", afferma felice Andreas Berth. "Combinando i dati sulle prestazioni tecniche e le metriche aziendali, è possibile trarre conclusioni per future campagne e invii e sviluppare piani per l'ottimizzazione delle conversioni e delle vendite."

The collage displays six newsletters from Zander and BUMKE. The newsletters are organized into columns and rows, showcasing various products and services. Key elements include:

- Top Left:** Newsletter for Zander, titled "Umbau Ausstellung J.W. Zander Essan". It features a large image of a modern bathroom with a bathtub and a view of a city skyline at night.
- Top Middle:** Newsletter for BUMKE, titled "ELEKTRO Kacher mit Spelsberg". It highlights a "WKE 2-5*1,5mm NEU" product with technical specifications and a price of 44,00 Euro.
- Top Right:** Newsletter for Zander, titled "Zmart Home im April". It promotes "ZANDER zmart home mehrfamilienhaus" solutions, including smart home checklists and contact information for Christian Peters.
- Middle Left:** Newsletter for Zander, titled "ELEKTRO Kacher mit Eaton". It features "FI/LS-Schalter PKX" and "AFDD Brandschutzschalter" products, with a price of 21,85 Euro.
- Middle Middle:** Newsletter for BUMKE, titled "Zmart Home-Checkliste". It provides a checklist for smart home installations and contact information for Sascha Jank.
- Middle Right:** Newsletter for Zander, titled "ELEKTRO Kacher mit Eaton". It features "FI/LS-Schalter PKX-B10 IN003-A" and "AFDD-16/25/003" products, with a price of 63,55 Euro.
- Bottom Left:** Newsletter for Zander, titled "Mehr von ZANDER". It lists various products like "WVDE Wechselstromzähler 230V 05(45)A" and "WVE Schraubendreheratz PH + 7-tellig".
- Bottom Middle:** Newsletter for BUMKE, titled "ZANDER zmart home". It features a checklist for smart home installations and contact information for Sascha Jank.
- Bottom Right:** Newsletter for Zander, titled "Mehr von ZANDER". It lists various products like "WVE Schraubendreheratz PH + 7-tellig" and "WVE Schraubendreheratz PZ + 7-tellig".

Grazie alla capacità multi-client e a un modello master, il Gruppo Zander invia newsletter specifiche con un aspetto uniforme. (Fonte: Zander Digital Services)