

Wie BrandAlley Empfehlungsdaten nutzt, um nachhaltiges Wachstum zu sichern.

“Wir haben unseren Fokus von VIPs auf VIAs verlagert – unsere ‚Very Important Advocates‘ als aktive Fürsprecher von BrandAlley.“



mentionme



emarsys
An SAP Company



BRANDALLEY
THE NON-STOP DESIGNER SALE

Als BrandAlley 2017 sein Empfehlungsprogramm startete, um neue Kunden durch Weiterempfehlungen zu gewinnen, wurde schnell klar, dass nicht nur die Anzahl der Neukunden wuchs, sondern auch deren Qualität.

Kunden, die auf Empfehlung eines Freundes gewonnen wurden, geben **in den ersten 6 Monaten 64 % mehr** aus als Kunden aus anderen Kanälen – und bringen selbst 4-mal so viele neue Kunden durch eigene Empfehlungen mit.

BrandAlley erkannte in den Daten des Empfehlungsgeschäfts eine **enorme Chance**, um Segmentierung und Kundenansprache neu auszurichten. Daher entschied sich das Unternehmen für eine Partnerschaft mit Mention Me und Emarsys.

BrandAlley bewertete den Kundenwert nicht nur am individuellen Umsatz, sondern berücksichtigte auch die Phase der **aktiven Fürsprache der Kunden**. Statt ausschließlich auf das RFM-Modell (Recency, Frequency, Monetary Value) zu setzen, nutzt das Unternehmen nun den Extended Customer Revenue (ECR).

Dieser umfasst den eigenen Umsatz eines Kunden plus den Umsatz, der durch seine Empfehlungen entsteht. Empfehlende Kunden **erwiesen sich als besonders wertvoll**. Ihr ECR war viermal höher als der anderer Kunden.

Dank der strategischen Partnerschaft mit Mention Me und Emarsys erschloss BrandAlley völlig neue Segmente hochwertiger Kunden, die zuvor übersehen wurden – und veränderte damit grundlegend, wer als wertvollster Kunde gilt.

Die Umsetzung war mühelos! Mit den Mention Me-Strategien in der Emarsys-Plattform setzte BrandAlley gezielt Maßnahmen um – etwa Erinnerungs-E-Mails für Empfehlende oder Anreize weiter aktiv zu Empfehlen.

Diese E-Mails erzielten eine 12 % höhere Öffnungsrate als BrandAlleys nächstbeste automatisierte Kampagne und steigerten die **Wiederkaufsrate um 25 %**, wodurch sich der *wahre Wert engagierter Kunden* zeigte.

Seit der Implementierung der Mention Me-Taktiken in Emarsys hat **BrandAlley folgende Erfolge erzielt:**

25 %

Steigerung der Wiederkaufsrate

12 %

Steigerung der E-Mail Öffnungsrate*

12 %

Mehr Kunden durch Empfehlungen gewonnen

5 %

Höhere Empfehlungsrate*



Durch den Einsatz von Mention Me-Taktiken in unseren Automatisierungskampagnen und im E-Mail-Marketing innerhalb von Emarsys steigern wir sowohl die Neukundengewinnung als auch die Kundenbindung. Es ist eine äußerst effektive Methode, personalisierte Botschaften zu übermitteln, die Anklang finden und zum Handeln motivieren.“

Michelle Hurney
Head of Marketing bei BrandAlley

*Im Vergleich zur nächstbesten Automatisierungskampagne von BrandAlley.

**Durch Segmentierung der Kunden basierend auf ihrer Wahrscheinlichkeit, eine Empfehlung auszusprechen.

Durch die Integration von Empfehlungsdaten in ihre Segmentierungs- und Personalisierungsstrategie konnte BrandAlley hochwertige Kunden gewinnen, binden und aktivieren – und so ein skalierbares Wachstum fördern.

Dank der Verfügbarkeit dieser First-Party-Daten (direkt vom Kunden erzeugte Daten) auf der Emarsys-Plattform kann BrandAlley seine besten Fürsprecher identifizieren und gezielt fördern – insbesondere jene, die am ehesten weitere Empfehlungen aussprechen.

Diese einzigartigen Befürworterdaten nutzt das Team nicht nur, um die Kontaktstrategie zu optimieren, sondern auch, um andere Marketingkanäle zu verstärken – angefangen mit Paid Social.

Um die Registrierungen über die Webseite zu steigern und **Verkäufe zu fördern**, setzt BrandAlley Smart Audiences ein. Dieses Tool erstellt Lookalike Audiences, die sich wie ihre besten Kunden verhalten – also wie ihre Fürsprecher.

Der Erfolg spricht für sich: 25 % geringere Registrierungskosten und eine 17 % höhere Klickrate als bei anderen Zielgruppen.

Seit der ersten Empfehlungskampagne 2017 arbeitet BrandAlley mit Mention Me daran, die Skalierungskraft der Kundenbefürwortung weiter auszuschöpfen. Das zentrale Ziel: Kunden so zufriedenstellen, dass sie zurückkehren – und ihre Freunde mitbringen.

Der nächste Schritt des Teams: Personalisierte Kommunikation weiterentwickeln, um jede Kundeninteraktion optimal zu nutzen – unabhängig davon, wo sich der Kunde in seinem seinem Fürsprache-Prozess befindet.

Mit der wachsenden strategischen Partnerschaft mit Mention Me und Emarsys werden die ‚*Very Important Advocates*‘ als **aktive Fürsprecher von BrandAlley** eine noch größere Rolle in den Marketingaktivitäten übernehmen.

Seit der Einführung von Smart Audiences im bezahlten Social-Media-Marketing hat BrandAlley folgende Erfolge erzielt



Smart Audiences war unglaublich einfach einzurichten – innerhalb eines Tages waren wir live. Faszinierend zu sehen, wie diese First-Party-Empfehlungsdaten spürbare Effekte auf unsere anderen Kanäle haben.

Die Weiterentwicklung der Mention Me-Plattform passt perfekt zu unseren Zielen, und das Team hilft uns, unsere Empfehlungsdaten noch effektiver zu nutzen. Wir haben große Pläne für die nächste Phase.“

Michelle Hurney
Head of Marketing bei BrandAlley