



## CASE STUDY: eismann

## Umsatzsteigerung durch Recommendation Engine und dynamischen Content

Kunde

**eismann**

Der in Mettmann ansässige Heimdienst für Tiefkühlkostspezialitäten bedient seit 1974 Kunden in ganz Deutschland. Aus über 220 Vertriebsstationen in neun europäischen Ländern und Brasilien werden mittlerweile ca. 2 Millionen Haushalte beliefert. Für eismann sind über 4.700 Mitarbeiter und Partner in Europa, davon in Deutschland etwa 1.100 selbstständige Handelsvertreter und mehr als 700 Mitarbeiter, tätig. eismann bietet Genuss ohne Abstriche, einfach und bequem nach Hause, in einer Qualität, auf die Verlass ist.

### Key-Facts

- Personalisierte Produkte und Angebote
- Dublettenfreie Empfehlungen
- Ressourceneinsparung durch Automatisierung
- Selbstoptimierende Recommendation Engine
- Analyse der Produkte, Warenkörbe und Transaktionen

### Statement

„Mit promio.mail und der integrierten Recommendation Engine konnten wir in kürzester Zeit erstklassige Ergebnisse erzielen – ob Klickrate, Conversion oder Umsatz“

**Markus Meyer, Leitung Neue Medien**  
eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH & Co. KG

Gerade im E-Mail-Marketing sind die individuellen und kundenspezifischen Empfehlungen und Angebote das A und O, um den Umsatz zu steigern. Nur wenn der Content auf die persönlichen Interessen der Kunden abgestimmt ist, führt dies zu Abverkäufen. Dies wird auch bei unserem Kunden eismann deutlich.

**+60%**

**Klickrate**

**+50%**

**Conversion**

**+50%**

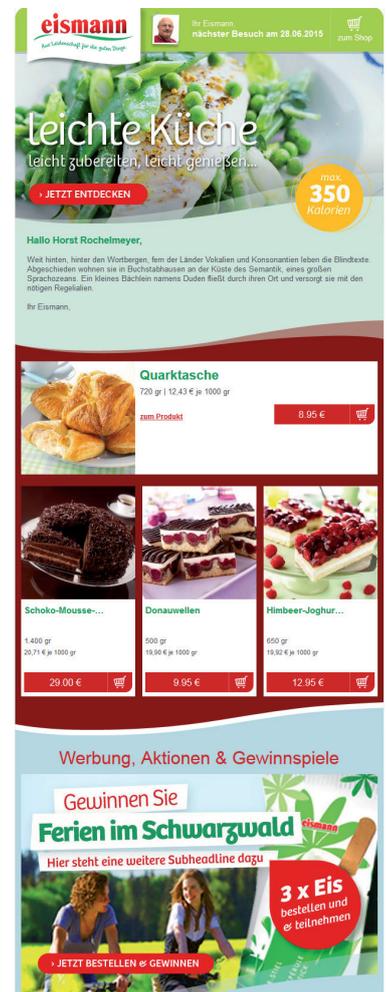
**Umsatz**

### statischer Content VS. dynamischer Content

Oft sind die Inhalte im E-Mail-Marketing von Redakteuren oder Marketern vorgegeben – also statischer Natur. Seitdem eismann die Recommendation Engine nutzt und somit dynamischer, kundenspezifischer Content zum Einsatz kommt, konnte die Klickrate (unique) um +60% erhöht werden.

Weiterer Vorteil: Durch die Content-Automatisierung werden erhebliche Ressourcen (Zeit und redaktionelle Arbeit) eingespart.

Die Performance spricht für sich: Mit promio.mail und der integrierten Recommendation Engine konnte eismann einen Conversion-Uplift von +50% erzielen. Noch beeindruckender ist die Umsatzsteigerung von +50% – rein durch den Kanal E-Mail!





## promio.mail

promio.mail ist die effiziente, innovative E-Marketing-Software, die Big Data in Right Data umwandelt und eine professionelle E-Kommunikation ermöglicht.

Mit promio.mail wird Data Driven Marketing möglich – und das zeigt sich auch in den Kampagnenergebnissen: Eine höhere Reichweite, mehr Engagement, mehr Umsatz.

Die Recommendation Engine lässt sich mit den gängigen Shopsystemen und Schnittstellen verbinden:



Natürlich ist auch ein individuelles Customizing kein Problem!

**Noch Fragen?**  
**Dann sprechen Sie uns an:**  
 promio.net GmbH  
 fon: +49 (0)228 28077 - 00  
 business@promio.net  
 www.promio.net

## Die integrierte Recommendation Engine

promio.mail trifft auf E-Commerce mit einer eigenen Recommendation Engine. promio.mail nutzt Shop- und Transaktionsdaten für eine optimierte und automatisierte E-Mail-Kommunikation. Durch die vorhandenen Daten werden optimale Produktempfehlungen und Content-Individualisierungen ermöglicht.

Gerade im E-Commerce spielen individuelle Empfehlungen und Angebote eine große Rolle. Der Trend zur personalisierten Ansprache steigt stetig an. Ziel ist es, Big Data in Right Data umzuwandeln – und das vollautomatisiert. Die integrierte Recommendation Engine hilft bei der Analyse und Verarbeitung der relevanten Daten und Erstellung von Empfehlungen.

Der besondere Clou der Recommendation Engine: Sie verbessert und optimiert sich vollautomatisch! Durch den Zuwachs der Daten, lernt die Recommendation Engine stetig dazu.

Durch den Storage Service ist es außerdem möglich, die Recommendation Engine mit weiteren Daten anzureichern. Dies können beispielsweise kundenspezifische Daten aus einem CRM-System sein.

Mit dem E-Commerce Dashboard haben Sie den Überblick: Abgebildet wird der Umsatz und die Bestellungen der Neu- und Bestandskunden, die über den Kanal E-Mail oder andere Kanäle bestellt haben. Darüber hinaus können die Produkte, Warenkörbe und Transaktionen der Kunden analysiert werden.

