



"Die Länder sind jetzt endlich in der Lage, wirksame Marketingkampagnen auf der Grundlage eines global entwickelten Rahmens gezielt durchzuführen und lückenlos zu verfolgen."



Einführung des B2C Customer Lifecycle in über 50 Ländern

HERAUSFORDERUNG

NESCAFÉ Dolce Gusto (NDG) ist Teil der Nestlé-Gruppe. Die Marke vertreibt weltweit Kaffeemaschinen und Kaffeepads sowohl online als auch im Einzelhandel. Mit dem Start des CRM-Projekts auf Eloqua im Jahr 2010 wollte NDG die folgenden Herausforderungen angehen:

- Die globalen Marketing-Organisationen auf einer CRM-Plattform zusammenbringen, um Konsistenz und Größenvorteile zu fördern.
- Die CRM-Strategie transformieren und personalisierte Kundenreisen entlang des Customer Lifecycle kreieren.
- Cross- und Up-Selling-Möglichkeiten nutzen, um den eCommerce zu unterstützen.
- Die Kundentreue und das Umsatzwachstum durch effektivere Kampagnen stärken.

ERGEBNIS

- Kostensenkung und Standardisierung durch die Nutzung von Vorlagen und Best Practices in mehr als 50 Märkten.
- Erhöhte Kundenbindung und -konvertierung im Webshop, verbesserte Leistung durch Best Practices und gezielter Kommunikation (Leistung 4 bis 10 mal höher als bei Batch- und Blast-Kampagnen).

LÖSUNG

ec4u unterstützt NDG seit 2010 als globaler CRM-Partner durch die Entwicklung der folgenden Lösungen auf Eloqua:

- Entwicklung eines kompletten Customer Lifecycle-Frameworks basierend auf Customer Journey- und Segmentierungsvorlagen.
- Konsolidierung aller Märkte in allen Regionen zu einem Datenmodell auf einer Plattform, um eine globale Standardisierung zu sichern.
- Standardisierte Lokalisierungs-Toolkits der Masterprogramme für die Märkte (Starter-Kit).
- Entwicklung tiefgreifender Lösungen, um die Datenbank kanalübergreifend zu erweitern (Umfragen, Wettbewerbe, Facebook, etc.)
- Entwicklung konsolidierter Dashboards und Reports.



RETAIL



MARKETING & BI
EXCELLENCE

Customer Lifecycle

Personalisierte Customer Journeys

Globaler Roll-out