



Bosch Power Tools taucht tief in Daten ein für eine stärker personalisierte Customer Journey und höhere Marketingeffizienz



Herausforderung

Vorhandene Daten optimal einsetzen, um Nutzer und ihre Bedürfnisse besser zu verstehen – bei gleichzeitiger Berücksichtigung von Datenschutz und Compliance.



Lösung

Mit Tealium kann Bosch Power Tools Daten verschiedener Touchpoints miteinander verbinden, daraus umfassende Nutzerprofile erstellen und stärker personalisierte, relevante Marketingaktivitäten umsetzen.



Ergebnisse

Aufgrund dynamischer Produktempfehlungen in Frankreich erhöhte sich die durchschnittliche Öffnungsrate des Newsletters von Bosch Power Tools auf 70 %. Das erfolgreiche Pilotprojekt basiert auf dem Retargeting von Nutzern, die über einen automatisierten Newsletter eine bestimmte Produktseite mit den für sie relevantesten Werkzeugen besuchten.

Bosch Power Tools taucht tief in Daten ein für eine stärker personalisierte Customer Journey und höhere Marketingeffizienz.

Robert Bosch Power Tools GmbH, ein Geschäftsbereich der Bosch Gruppe, ist weltweit marktführend für Elektrowerkzeuge und Zubehör. Während die Produkte von Bosch Power Tools bei Heim- und Handwerkern überall auf der Welt hoch im Kurs stehen, verfügt das Unternehmen kaum über eigene Kundendaten, da es wenig direkt an Endverbraucher verkauft.

Für Bosch Power Tools ging es also darum, die vorhandenen First-Party-Daten gezielter einzusetzen, um die Nutzer und ihre Bedürfnisse besser zu verstehen. Die vorhandenen Datensilos erschwerten diese Aufgabe zusätzlich. Nach der Einführung von Tealium AudienceStream, das Nutzerdaten über verschiedene Touchpoints – von der Webseite über das CRM-System bis hin zu externen Anzeigen – miteinander verbindet, kann Bosch Power Tools nun ein vollständigeres Bild seiner Nutzer erstellen. Das Unternehmen hat somit ein neues Level des Nutzerverständnisses mit stärker datengetriebenem, personalisiertem Marketing erreicht.

“ Tealium hat uns dabei unterstützt, Datensilos aufzulösen, unsere Daten zu verbinden und einen neuen Standard für das Verständnis unserer Kunden zu schaffen. Wir können nun umfassendere Nutzerprofile erstellen, stärker personalisierte Marketingaktionen durchführen und dabei selbst strenge Datenschutzbestimmungen einhalten. So bieten wir unseren Kunden eine optimale Experience und erhöhen damit die Marketingeffektivität.”

Tillmann Bross

Robert Bosch Power Tools GmbH — Manager Personalization

Mit der neuen Fähigkeit, die Verbindung zwischen den von Nutzern geteilten Daten in Echtzeit herzustellen, kann Bosch Power Tools nun umfassende Nutzerprofile erstellen und dabei gleichzeitig die Anforderungen regional unterschiedlicher Datenschutzregelungen einhalten. Der Prozess ermöglicht ein detailgetreueres Verständnis der Nutzer und ihrer Wünsche, außerdem liefert er konkrete Insights, die in stärker personalisierte Marketingaktionen eingebunden werden können.

Jetzt kann Bosch Power Tools bestimmte Nutzer mit dem richtigen Content zur richtigen Zeit ansprechen. Erste Erfolge des Unternehmens demonstrieren bereits, dass sich die Marketinginvestition gelohnt hat. So führte die Umstellung auf dynamische Produktempfehlungen unter Berücksichtigung der zuvor von Nutzern besuchten spezifischen Produktseiten zu einem rasanten Anstieg der durchschnittlichen Öffnungsrate von Newslettern auf 70 %.



Dank dem praxisorientierten Konzept von Tealium und der kontinuierlichen Zusammenarbeit gelang es uns nicht nur, das Projekt reibungslos umzusetzen, sondern wir können auch für die Zukunft darauf vertrauen, auf dieser Grundlage die Personalisierung und die datengestützten Marketingstrategien weiter voranzutreiben.”

Tillmann Bross

Robert Bosch Power Tools GmbH — Manager Personalization

Die Aktivierung miteinander verbundener Nutzerdaten für optimiertes Targeting sorgte außerdem für deutlich effektivere Werbeausspielung. Durch die Kombination aus Display-Anzeigen mit attraktiven Promotions und dem Retargeting von Webseitenbesuchern verzeichnete Bosch Power Tools innerhalb von acht Wochen 7 Millionen Seitenaufrufe und eine Verteilung von 1000 Leads zu ausgewählten Händlern.

Basierend auf den neugewonnenen Erkenntnissen kann Bosch Power Tools die User Experience nun durch personalisiertes Marketing weiter optimieren. Als Nächstes werden vorhandene Use Cases in Richtung Cross- und Upselling innerhalb der E-Mail-Kommunikation und dem gesamten Geschäft ausgeweitet, indem die mit Tealium gewonnenen Insights auf andere Geschäftsbereiche innerhalb der Bosch Group, wie etwa Bosch IO, übertragen werden.

Diese Customer Story wurde veröffentlicht von



Tealium verbindet Kundendaten - über Web-, Mobil-, Offline- und IoT-Geräte hinweg -, sodass Unternehmen eine Verbindung zu ihren Kunden aufbauen können. Die sofort einsatzbereite Integrationsumgebung von Tealium unterstützt über 1300 client- und serverseitige Anbieter und Technologien und ermöglicht die Vereinheitlichung aller Kundendaten in einer Single Source of Truth - und das in Echtzeit. Der Tealium Customer Data Hub beinhaltet Lösungen in den Bereichen Tag-Management, API-Hub, Customer Data Platform mit maschinellem Lernen und Datenverwaltung. Diese machen Kundendaten wertvoller, nützlicher und sicherer. Weltweit vertrauen mehr als 850 Unternehmen der Unterstützung durch Tealium bei ihrer Kundendatenstrategie.

Weitere Informationen finden Sie unter tealium.de