



Customer Experience durch intelligente Marketing Automation



Wettbewerb
TOP SERVICE
DEUTSCHLAND
2016



Stage Entertainment setzt für optimales Musical-Erlebnis auf Inxmail und Dymatrix

Die Stage Entertainment GmbH ist eines der weltweit führenden Unternehmen im Live-Entertainment. Mit Musical-Produktionen wie „Das Phantom der Oper“, Disneys „Tarzan“ und Disneys „Der König der Löwen“ begeistert das Unternehmen jedes Jahr mehrere Millionen Besucher. Das Publikum ist überwältigt von den gewaltigen Bühnenbildern, den professionellen Darstellern und der brillanten Musik. Aber nicht nur das Musical an sich soll ein Erlebnis für die Besucher sein. Mit seinem Lifecycle Marketing, gestützt durch ein optimal abgestimmtes Zusammenspiel von Inxmail Professional und Dymatrix DynaCampaign, sorgt Stage Entertainment darüber hinaus vor und nach dem Besuch für ein rundum gelungenes Kundenerlebnis.

Customer Experience steht im Vordergrund

Wer sich für ein Musical entscheidet oder interessiert, erhält von Stage Entertainment nicht nur Informationen zum Event an sich. Mit passgenauen Zusatzinformationen ermöglicht das Unternehmen seinen Kunden, sich ihr ganz individuelles Erlebnis rund um den Musicalbesuch zu gestalten.

Bereits nach der Newsletteranmeldung erhält der Interessent eine Willkommensmail, die sich auf seine Show-Interessen und den Standort des Kunden bezieht. Bucht ein Kunde ein Event, wird eine Bestätigungsmail mit Hinweis auf eine Umfrage versendet. Die showspezifische Befragung ermittelt die Trigger, die für den Kauf des Tickets für die jeweilige Veranstaltung relevant waren.

Sieben Tage vor dem Event bekommt der Besucher eine Erinnerungsmail mit wichtigen Eckdaten zum zeitlichen Ablauf der Show. Videos mit touristischen Tipps zur Stadt sowie passende Cross-Selling Angebote, wie eine Führung hinter den Kulissen oder Tipps für Gastronomieangebote im und um das Theater, steigern beim Besucher die Vorfreude auf das Event und ermöglichen ihm, individuell und einfach zu planen.

Hohe Kundenprofilierung durch Customer Engagement

Nach dem Musical wird nachgefasst: Ein Mailing zwei Tage nach dem Event geht explizit auf das Erlebnis des Kunden ein. Was hat dem Besucher besonders gut gefallen und was nicht? Die Kundenbefragung schafft eine Vergleichbarkeit der Shows untereinander und ermöglicht einmalige Kunden-Insights zu den Präferenzen nach Standort und Show. Zusätzlich wird das Interesse für weitere Produktionen abgefragt.

Die durchweg positive Einstellung der Besucher nach dem Musical-Erlebnis beschert Stage Entertainment eine überdurchschnittlich hohe Profilierung der Kundendaten. Diese ermöglicht eine zielgenaue und persönliche Kundenansprache in Folgekampagnen. Die Mailings erzielen aufgrund dieses Vorgehens Öffnungsraten von bis zu 70 Prozent.

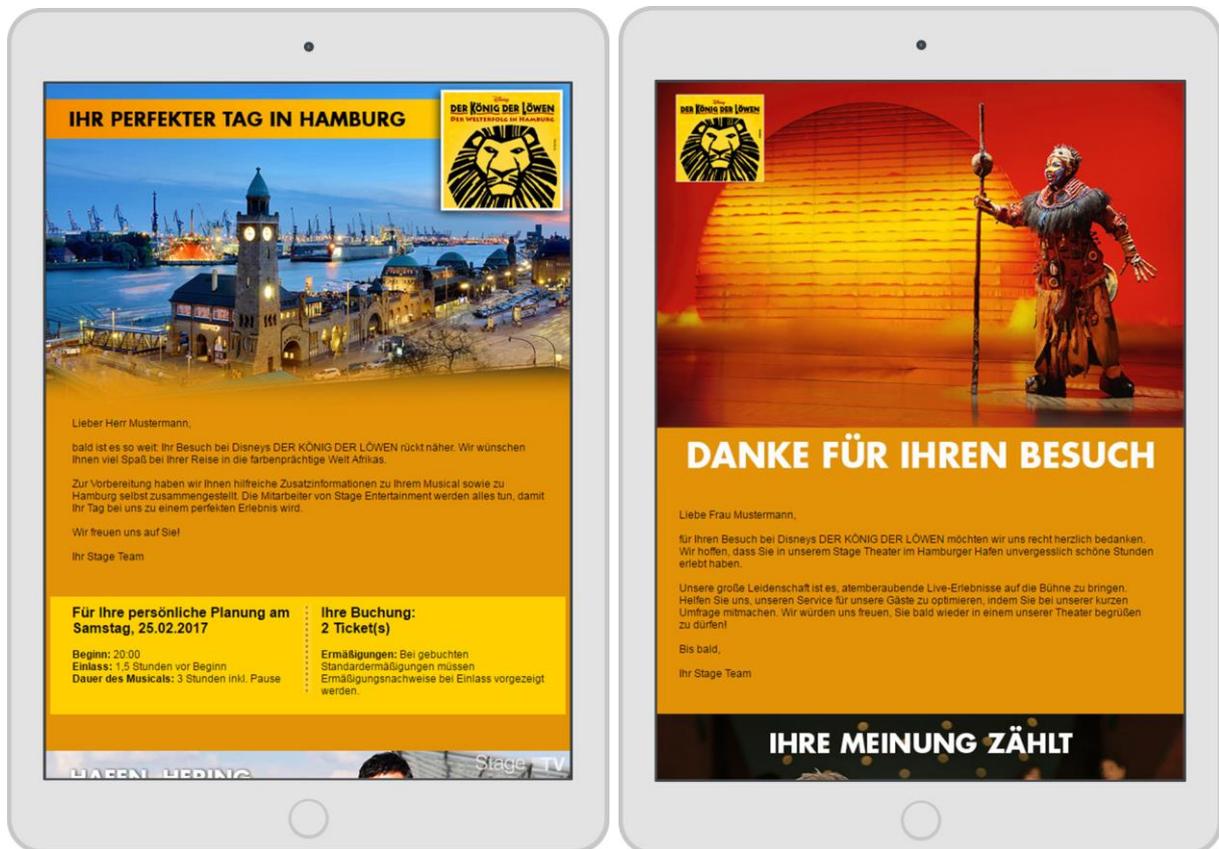


Abb. 1: Mailings zu Disneys „Der König der Löwen“ in Hamburg vor und nach dem Besuch.

Datengestützte Konzeption und Aussteuerung

Die Kampagnenplanung übernimmt DynaCampaign von Dymatrix. Das Kampagnenmanagement-Tool sorgt für eine intelligente Marketing Automation, indem es alle vorhandenen Daten nutzt und je nach Kampagnenziel gezielt aussteuert. Alle Reaktionen aus den E-Mail-Kampagnen werden für zukünftige Selektionen genutzt und stehen für Auswertungen sofort zur Verfügung. So kann Stage Entertainment seine Kunden passgenau zu ihrer Position im Lifecycle sowie zu ihrem individuellen Profil täglich automatisiert ansprechen.

„Für das automatisierte E-Mail-Marketing rund um unsere elf unterschiedlichen Produktionen haben wir verlässliche Partner gefunden und erreichen damit täglich unsere zahlreichen Besucher. Mit Dymatrix und Inxmail ist es uns gelungen, unseren Gästen auch in der digitalen Welt ein unvergessliches Erlebnis zu bereiten.“

Sebastian Matysik, Customer Relationship Management, Stage Entertainment Marketing & Sales GmbH

Die Vorteile auf einen Blick

- Zielgerichteter und kundenindividueller Dialog ohne Mehraufwand dank Marketing Automation.
- Optimal terminierte Ansprache und Inhalte mit hoher Relevanz führen zu hohen Responseraten.
- Hohe Responseraten bewirken kontinuierliche Datenanreicherung und exakt definierte Kundendaten für passgenaue Folgekampagnen, die wiederum hohe Responseraten erzielen.
- Passgenaue Informationen zum Event schaffen Kundenzufriedenheit, die von den Show-Besuchern in Umfragen gerne mitgeteilt wird und bei Stage Entertainment zur Weiterentwicklung der Angebote genutzt wird.
- Positives Erleben des Musicalbesuchs erzeugt Kundenbindung und macht Lust auf einen erneuten Besuch.

Inxmail GmbH
Wentzingerstr. 17
79106 Freiburg

info@inxmail.com
www.inxmail.de

Tel.: +49 761 296979-0



Wettbewerb
TOP SERVICE
DEUTSCHLAND
2016

