

DYNAMISCHES NACHKAUFMAILING UND PREFERENCE CENTER

NAYOKI X DOCTORMi!

WIR VERSTEHEN DICH.

MEDIA.

PERFORMANCE DNA

INFLUENCER.

CONTENT & CREATION.

PERFORMANCE.

DATA.



AGENDA.

- 1 Kurzvorstellung DOCTOR Mi!
- 2 Kurzvorstellung Nayoki
- 3 Konzept Dynamische Nachkaufmailings
- 4 Konzept Umsetzung
- 5 Zielsetzung und Mehrwert



KURZVORSTELLUNG DOCTOR Mi!.

KURZVORSTELLUNG DOCTOR Mi!.

Die Hautpflegeserie von Doctor Mi! ist das Ergebnis jahrelanger Forschung und Erfahrung von Dr. Miriam Rehbein.

Ursprünglich selbst auf der Suche nach einer hochwirksamen Pflege, ist Dr. Miriam Rehbein ihren eigenen Weg gegangen. Ziel dabei war es, eine Pflegeserie zu entwickeln, die auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse effektive und schonende Lösungen bietet, frei von Kompromissen und unbefriedigenden Ergebnissen.



KURZVORSTELLUNG DOCTOR Mi!.

Anstelle gewöhnlicher Zusammenstellungen setzt sich die Hautpflege von Doctor Mi! aus drei maßgeblichen Komponenten zusammen, welche die hohe Wirksamkeit der Produkte ermöglichen:

INNOVATIV

- Doppelte Molekülverkapselung durch *TECMi!*
- Wirkung der Inhaltsstoffe in der Tiefe der Hautschicht durch innovative Molekül-Aufbereitung
- Entfaltung des vollen Wirkstoffpotenzials und optimale Versorgung und Schonung der Haut

HOCHDOSIERT

- Problematik konventioneller Pflegeprodukte besteht in zu geringen Dosierungen der Wirkstoffe
- Ungenügende Wirkstoffkonzentration führt zu fehlenden Erfolgen bei Hautverbesserungen
- Ausbleiben des gewünschten Effekts eines ebenmäßigen Hautbildes

EFFEKTIV

- Wichtigkeit mehrerer Wirkstoffe für ein ebenmäßiges, gesundes Hautbild
- Zusätzliche Potentialentfaltung durch Kombination einander stärkender Wirkstoffe, die Heilungsprozesse der Haut beschleunigen
- SKIN CHANGE MADE EASY – Entwicklung stimmiger und effektiver Pflegeroutinen





KURZVORSTELLUNG NAYOKI.

UNSERE GESCHICHTE.

2004

Gründung der
Nayoki Interactive
Advertising GmbH

2008

Konzernzugehörigkeit
arvato Bertelsmann

2014

Inhabergeführte
Agentur & Aufbau der
Nayoki Group

2016

Gründung
addfame GmbH

2018

Gründung
Nayoki Mediaplus
GmbH & Co. KG

NAYOKI – WIR VERSTEHEN DICH.

WIR SIND EINE DER FÜHRENDEN INHABERGEFÜHRTEN DIGITAL MARKETING AGENTUREN



NAYOKI

Agentur für digitales Business – von der ersten kreativen Idee bis zur gesamten **Kampagne**.

addfame

Agentur für Influencer und Social Media Marketing – für authentische, kreative und erfolgreiche Kampagnen.

NAYOKI MEDIAPLUS

Full Funnel Mediaagentur – alles digital, alles messbar, alles integriert aussteuerbar.

SOFTFACTS.

Süßester
Agentur-Hund



> 140 Mio.
versendete
Newsletter
im Jahr 2021

**Kreativitätslevel
= extrem hoch**

≈ **5000**

Influencer
Kooperationen
pro Jahr



Innovativste
Mediaagentur in
Deutschland
(RECMA)

> 30 Mio. Datenschutzkonform
generierte Adressen

> **150** zufriedene Kunden

Schönste Aussicht in München

Langjährige Zusammenarbeiten von
über 15 Jahren



**Top-Arbeitgeber
Mittelstand 2020 & 2021**

4

bunte Sitzbälle kullern
durch unser Office

0,47

Päckchen Kaffee werden pro Woche
pro Kopf konsumiert

4-stellige
Fanzuwächse
pro Monat



12

Sprachen
glauben wir zu
können

≈ **80**

Texte werden pro Monat verfasst



viele Ideen

UNSERE REFERENZEN.

FOOD & FMCG



GESUNDHEITSWESEN & GEMEINNÜTZIGES



FASHION, LIFESTYLE & BEAUTY



WIRTSCHAFT & TECHNIK



TOURISTIK, VERLAG & AUTOMOBIL





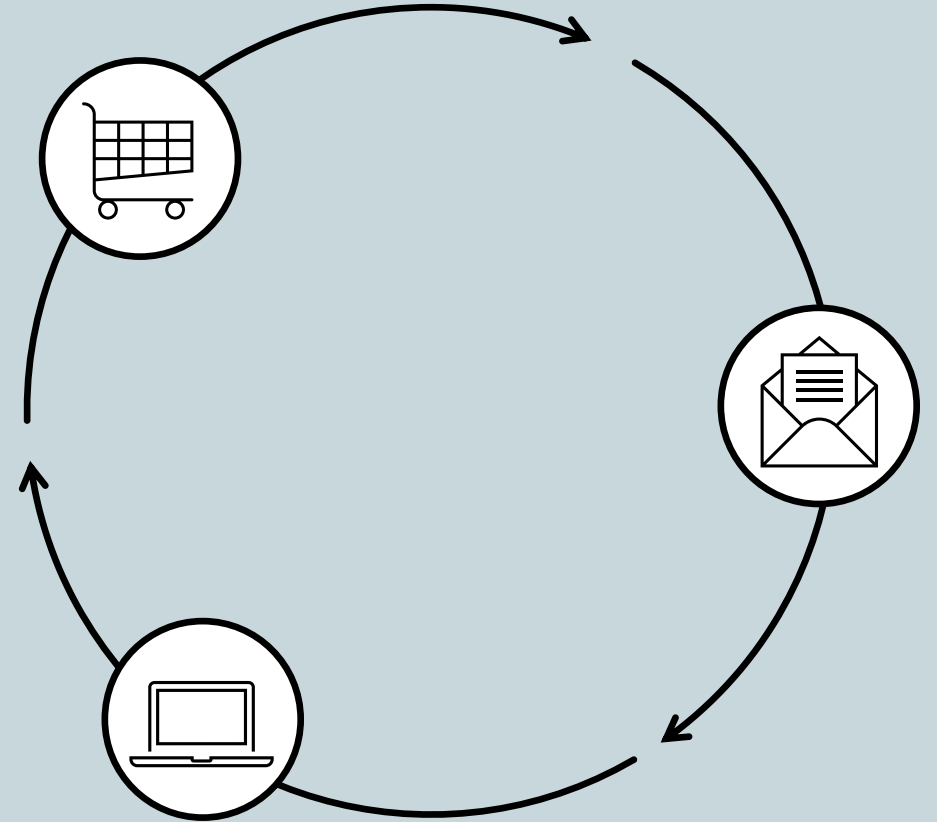
KONZEPT DYNAMISCHE NACHKAUFMAILINGS .

KONZEPT DYNAMISCHE NACHKAUFMAILINGS .

Anwendungs-Frequenz-Mailing

Aufgrund der in Maileon einlaufenden Shopify Kaufdaten erhalten Newsletter-Abonnenten 3 Wochen nach Kaufdatum das Anwendungs-Frequenz-Mailing. In diesem wird über eine Landingpage abgefragt, wie oft der Kunde das bestellte Produkt verwendet. Die angegebenen Informationen laufen über Linkparameter in Maileon ein und werden in dem jeweiligen Kontakt gespeichert. Mithilfe eines Timestamps kann bestimmt werden, wann das Nachkaufmailing ausgelöst wird.

Besonderheit: Je nach Anwendungshäufigkeit erhält der Kunde das Nachkaufmailing kurz bevor das Produkt leer wird eine Erinnerung das Produkt nachzubestellen, um eine kontinuierliche Hautpflege zu garantieren.

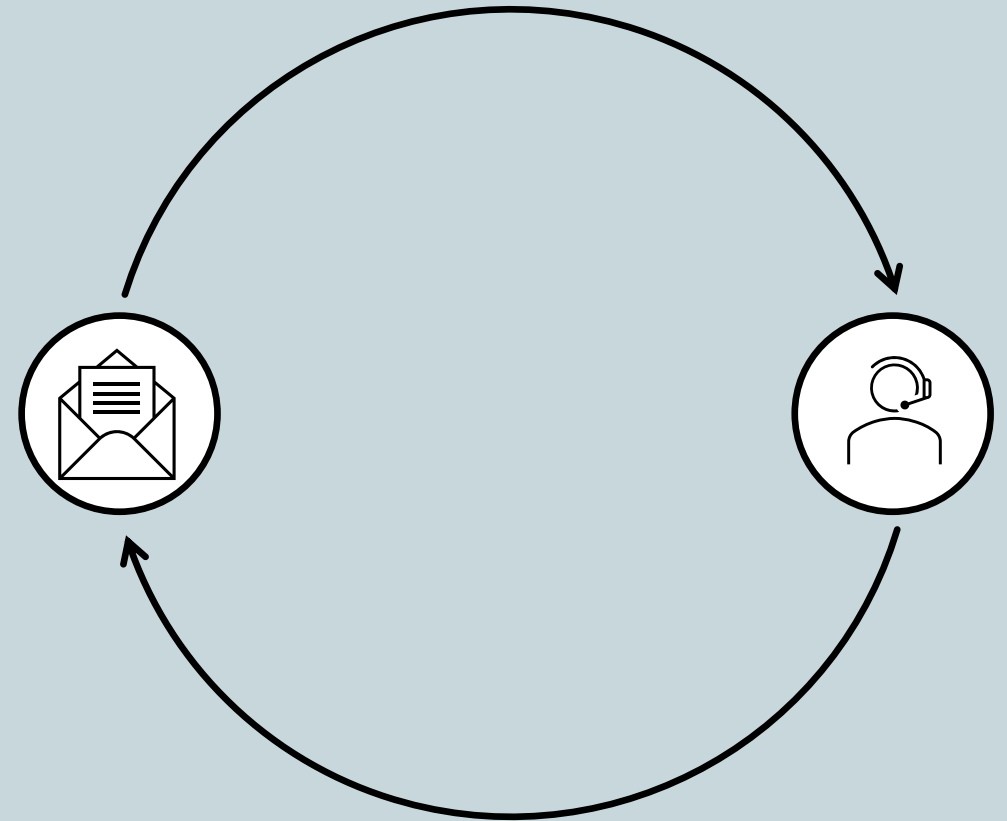


KONZEPT DYNAMISCHE NACHKAUFMAILINGS .

Nachkaufmailing

Das Nachkaufmailing wird aufgrund der angegebenen Daten im Kontakt über einen Timestamp versendet und dient als Reminder, das gekaufte Produkt nachzubestellen.

Besonderheit: Des weiteren erhält der Kunde eine individuelle Produktempfehlung, welche zum bestellten Produkt passt und die Pflegeroutine ergänzt.

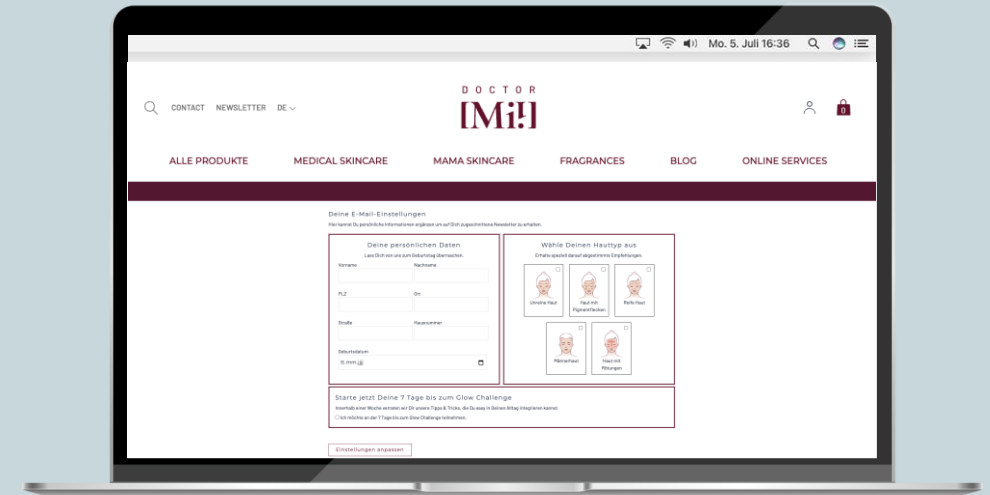


KONZEPT DYNAMISCHE NACHKAUFMAILINGS .

Preference Center

In der 3. Mail hat der Kunde die Möglichkeit seine Daten im Preference Center anzugeben.

Besonderheit: Über die Angabe des Hauttyps erhält der Kunde speziell darauf zugeschnittene Hautbedürfnismailings zur optimalen Pflegeroutine, Tipps bei Hautproblemen, Produktempfehlungen und spannende Blogbeiträge. Dadurch wird die Kundenkommunikation weiter optimiert und die Customer Centricity verbessert.



KONZEPT UMSETZUNG.

INTEGRATION EINES PREFERENCE CENTERS


- Zur Abfrage der Kundeninteressen wurde ein Preference Center auf der Website integriert
- Im Preference Center können persönliche Daten, der Hauttyp sowie die Anmeldung zu einer Glow-Challenge vorgenommen werden
- Die Angabe der Interessen werden in den Kontaktprofilen in Maileon gespeichert
- Diese Interessen dienen dem personalisierten Versand von Hautbedürfnismailings.

Deine E-Mail-Einstellungen

Hier kannst Du persönliche Informationen ergänzen um auf Dich zugeschnittene Newsletter zu erhalten.


Deine persönlichen Daten


Lass Dich von uns zum Geburtstag überraschen.


Vorname	Nachname
<input type="text"/>	<input type="text"/>
PLZ	Ort
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Straße	Hausnummer
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Geburtsdatum	
<input type="text" value="tt.mm.jjjj"/> 	


Wähle Deinen Hauttyp aus


Erhalte speziell darauf abgestimmte Empfehlungen.

☐
Unreine Haut

☐
Haut mit Pigmentflecken

☐
Reife Haut

☐
Männerhaut

☐
Haut mit Rötungen

Starte jetzt Deine 7 Tage bis zum Glow Challenge

Innerhalb einer Woche verraten wir Dir unsere Tipps & Tricks, die Du easy in Deinen Alltag integrieren kannst.

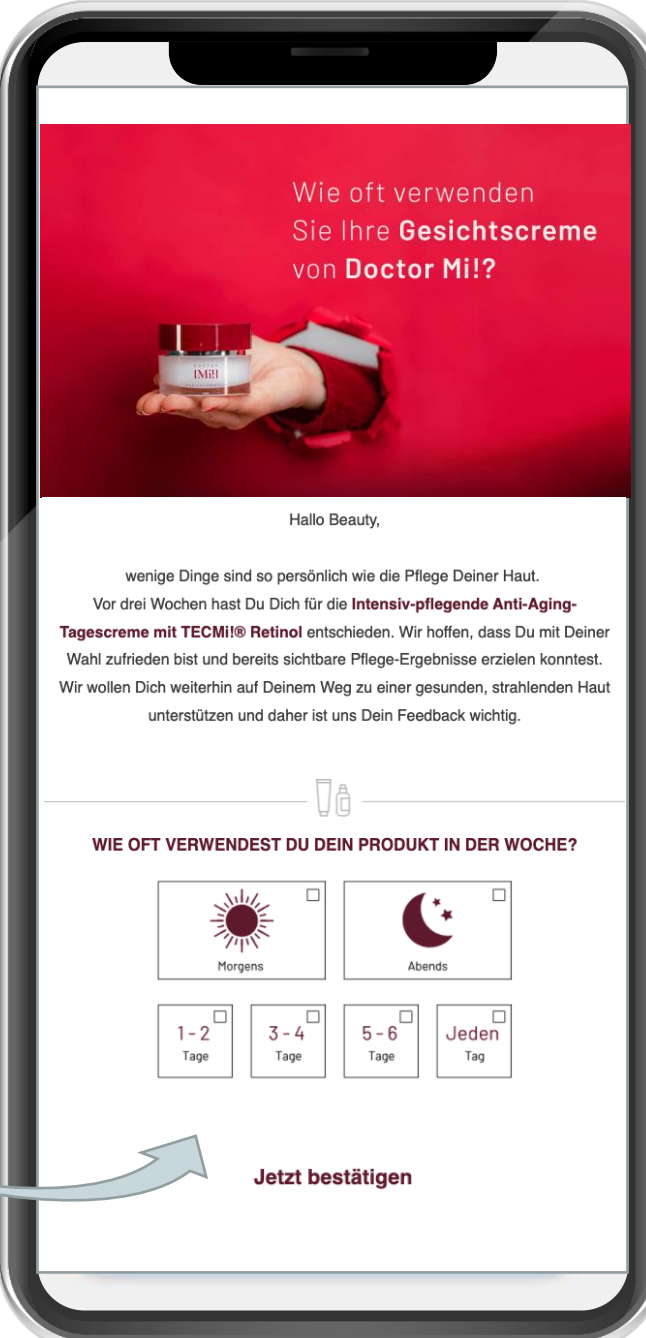
☐ Ich möchte an der 7 Tage bis zum Glow Challenge teilnehmen.

[Einstellungen anpassen](#)


KONZEPT UMSETZUNG.

VERSAND EINES ANWENDUNGS-FREQUENZ-MAILINGS

- Um den Versandzeitpunkt des Nachkaufmailings genau zu berechnen wird 3 Wochen nach Kauf das Anwendungs-Frequenz-Mailing versendet.
- In diesem kann der Kunde angeben, wie oft das bestellte Produkt verwendet wird.




Wie oft verwenden Sie Ihre **Gesichtscreme** von **Doctor Mi!**?





Hallo Beauty,

wenige Dinge sind so persönlich wie die Pflege Deiner Haut.

Vor drei Wochen hast Du Dich für die **Intensiv-pflegende Anti-Aging-Tagescreme mit TECMI!® Retinol** entschieden. Wir hoffen, dass Du mit Deiner Wahl zufrieden bist und bereits sichtbare Pflege-Ergebnisse erzielen konntest. Wir wollen Dich weiterhin auf Deinem Weg zu einer gesunden, strahlenden Haut unterstützen und daher ist uns Dein Feedback wichtig.



WIE OFT VERWENDEST DU DEIN PRODUKT IN DER WOCHEN?

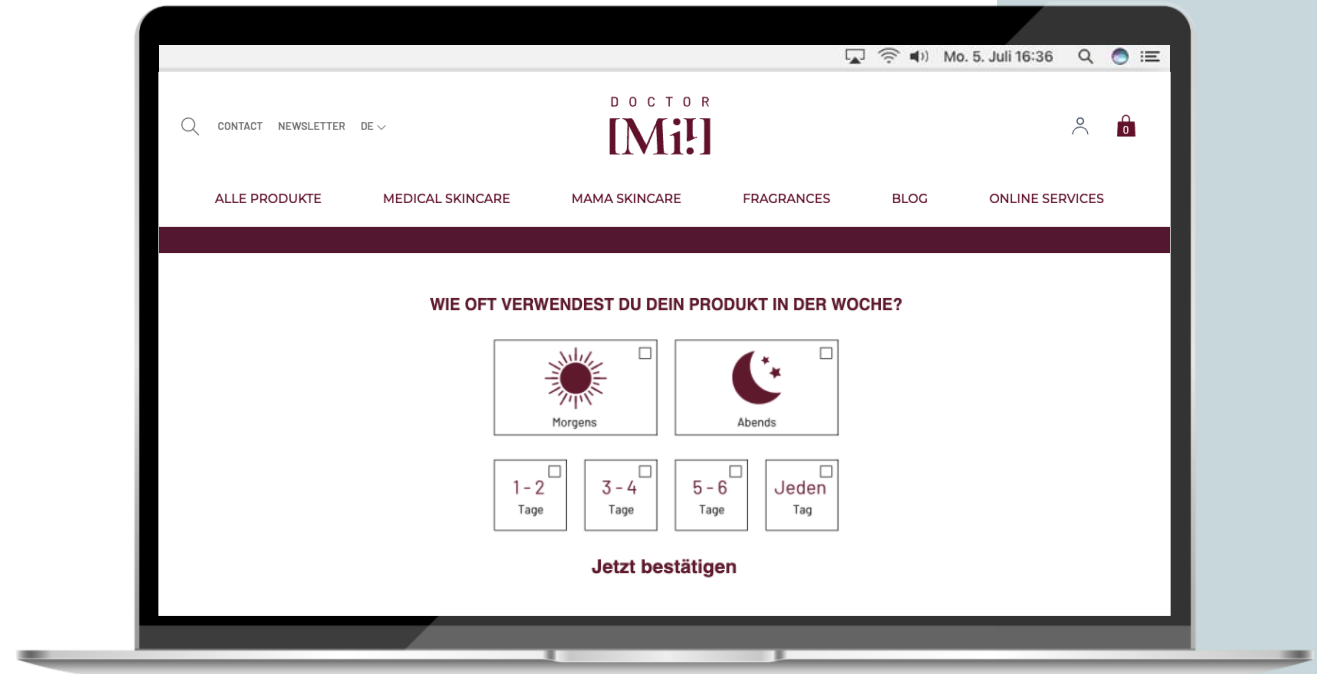
 Morgens	 Abends		
1 - 2 Tage	3 - 4 Tage	5 - 6 Tage	Jeden Tag

Jetzt bestätigen

KONZEPT UMSETZUNG.

INTEGRATION EINER LANDINGPAGE

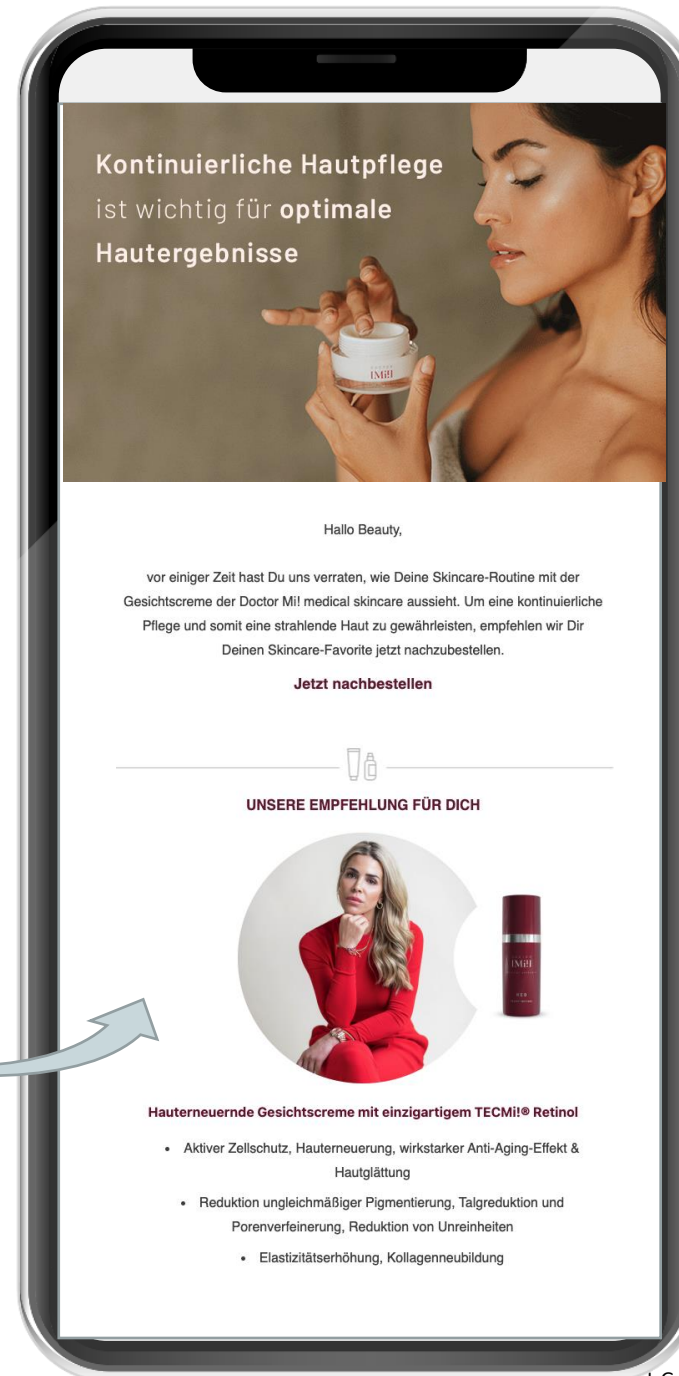
- Zur Abfrage der Anwendungshäufigkeit wird eine Landingpage integriert.
- Die angegebenen Daten werden über Linkparameter an Maileon übergeben und im Kontakt des Kunden gespeichert.
- Durch Timestamps können die Daten ausgewertet werden und somit wird das Nachkaufmailing ausgelöst.



KONZEPT UMSETZUNG.

VERSAND DES NACHKAUFMAILINGS

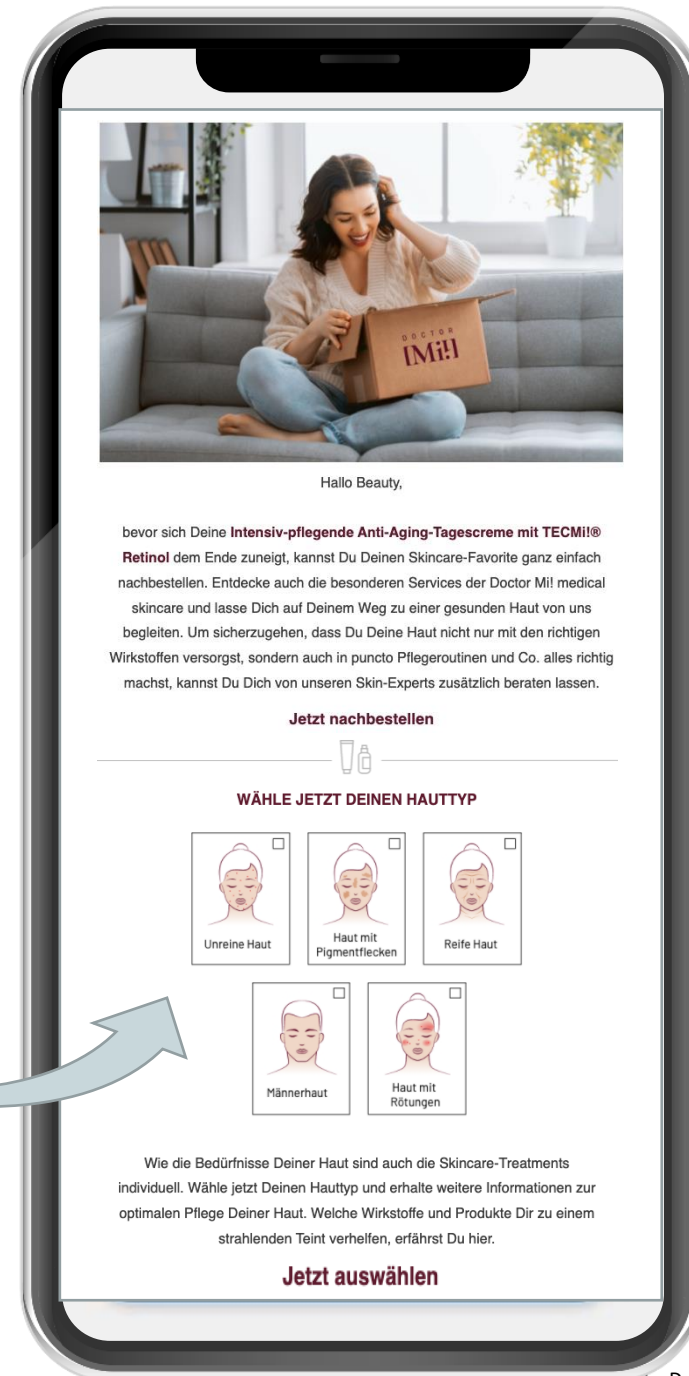
- Das Nachkaufmailing wird kurz bevor das Produkt leer ist versendet. So kann eine kontinuierliche Hautpflege garantiert werden.
- Des weiteren erhält der Kunde eine individuelle Produktempfehlung auf Basis des letzten Kaufes.



KONZEPT UMSETZUNG.

VERSAND DES PREFERENCE CENTER MAILINGS

- Durch die Wahl des Hauttyps erhält der Kunde speziell auf den Hauttyp zugeschnittene Hautbedürfnismailings.



ZIELSETZUNG UND MEHRWERT.



- ✓ Steigerung der Klickraten
- ✓ Verbesserung der Conversion rate
- ✓ Optimierung der Kundenbindung durch individuelle Kundenansprache
- ✓ Mehr Relevanz durch das Preference Center
- ✓ Stärkung der Brand Awareness
- ✓ Customer Centricity wird gesteigert
- ✓ Individuelle und hochpersonalisierte Mailings



VIELEN DANK

Nayoki Digital Marketing Group
Birkenleiten 41 | 81543 München

WIR VERSTEHEN DICH.



NAYOKI DIGITAL MARKETING GROUP