

Pressemitteilung zur sofortigen Veröffentlichung

Ressorts: E-Commerce, Online-Handel, Marketing Lokal: München, Bayern

Schlagnworte: E-Commerce, Marketing, Retargeting, Paketbeilagen, Eigenbeileger, Case Study, Target Packaging, Dominik Romer, Adnymics, Dr. Kathrin Weiß, tausendkind

Adnymics macht dumme Paketbeileger schlaue und gewinnt namhafte Kunden **Schlaue Paketbeilagen verkaufen bis zu 20x besser**

Adnymics, ein Start-up aus München, hilft Online-Shops ihre Kunden mit individualisierten Paketbeilagen persönlich anzusprechen und so Aufmerksamkeit zu gewinnen. Der Inhalt der Beileger wird anhand des Surf- und Kaufverhaltens des Kunden zusammengestellt und mit redaktionellem Content angereichert. Die Ergebnisse einer Studie zum Vergleich von individualisierten mit herkömmlichen Paketbeilegern zeigen Überraschendes. So werden Kunden mit einer persönlichen Beilage von Adnymics nicht nur bis zu zwanzigmal häufiger zum Wiederkäufer, sondern hatten auch höhere Warenkörbe und sahen sich dreimal so viele Produkte an.

Schnellübersicht:

- Adnymics macht dumme Paketbeileger schlaue und gewinnt namhafte Kunden
- Intelligente Paketbeileger wirken bis zu 20 x besser
- Bis zu 20 x höhere Wiederkaufraten und 15% höhere Warenkörbe
- Case Study mit Tausendkind: [Zur Case Study](#)

München, 10.02.2016 – Online-Marketing steht für Big Data – qualitativ hochwertige Nutzerdaten, die Chancen bieten, als Online-Händler effizienter zu werden, sich vom Wettbewerb abzusetzen und Kunden personalisiert anzusprechen. Klassische Marketinginstrumente, wie auch Paketbeileger, dagegen sind in der Regel ganz einfach gestrickt. Jeder Kunde bekommt denselben Katalog, dieselbe Postkarte, dasselbe Angebot in das Paket gelegt. Ganz egal wer er ist und was er gekauft hat bzw. wofür er sich interessiert.

Das alles ist gut gemeint und schadet sicherlich nicht. Nur bringt es, außer hohen Druckkosten und Mehraufwand in der Logistik, selten etwas.

Adnymics macht dumme Paketbeileger schlaue und gewinnt namhafte Kunden

Das junge Startup Adnymics aus München hat es sich zur Aufgabe gemacht, individualisierte Paketbeileger aus den Daten des Surf- und Kaufverhaltens der Kunden zu erstellen und damit nicht mehr allgemeine, sondern persönliche Produktbroschüren zu versenden. Was online das Retargeting ist, die erneute Ansprache des Nutzers mit gezielter Werbung, ist bei Adnymics die persönliche Paketwerbung. Diese beinhaltet nicht nur vom Kunden angesehene, jedoch nicht gekaufte, Produkte. Sondern auch Empfehlungen anderer Kunden wie „Kunden die dieses Produkt kaufen, interessieren sich auch für ..“. Weiter können vom Händler beliebig Zusatzprodukte, beispielsweise margenstarke Artikel oder Aktionsprodukte eingespielt werden. Verbunden mit redaktionellem Content ergibt sich auf diese Weise ein sehr persönliches Kundenmagazin – mit individueller Ansprache und angepasstem Look & Feel. Hierdurch wird eine höhere Konversionsrate und höhere Kundenbindung erreicht. Namhafte Händler wie KARE, AmbienteDirect.com oder tausendkind profitieren bereits von dieser neuartigen Technologie und sind begeistert. So auch Dr. Kathrin Weiß, Geschäftsführerin der tausendkind GmbH: „Das Innovative an den Adnymics Beilegern ist die Verknüpfung kundenindividueller Produktempfehlungen, wie wir sie bisher nur aus dem Online-Retargeting kannten, mit Print. - Mit dieser effektiven Kombination sind wir sehr zufrieden.“

Bis zu 20 x höhere Wiederkaufraten und 15% höhere Warenkörbe

Eine Untersuchung über alle Kunden hinweg ergab, dass die kundenindividuellen Paketbeileger von Adnymics mit der personalisierten Beilage bis zu zwanzigmal häufiger konvertieren, als Standardbeilagen. Im Durchschnitt immerhin zehnmal häufiger. Diese Kunden kauften auch durchschnittlich 15% höhere Warenkörbe beim nächsten Einkauf und sahen sich gleichzeitig dreimal so viele Produkte beim nächsten Besuch im Online-Shop an, berichtet Adnymics in der Case Study über tausendkind. „Mit unseren schlaun Paketbeilegern erzielen unsere Kunden nicht nur deutlich höhere Umsätze und Aufmerksamkeit, sondern sparen sich auch Kosten für aufwändige Kataloge.“ freut sich Dominik Romer, Adnymics CEO.

Die Case Study über tausendkind sowie konkrete Praxisbeispiele für intelligente Paketbeileger finden Sie hier: [Zur Case Study](#)

Wenn Sie sich persönlich von unseren Leistungen überzeugen möchten, freuen wir uns auf Ihren Besuch an unserem Messestand in Halle B5 (Start-Up Street) auf der Internet World am 01. + 02. März 2016 in München. Vereinbaren Sie hier gerne einen Termin mit unseren Experten!

zugehöriges Bildmaterial: <http://bit.ly/1PLUqfm>

Pressekontakt:

für weiterführende Materialien sowie Interview- und Terminanfragen:

Daniel Kirin

Head of Marketing

Tel.: +49 (0)89 2154 691 31

E-Mail: d.kirin@adnymics.com

adnymics GmbH

Dachauer Straße 15a

80335 München

Über Adnymics:

Das Münchner Start-up Adnymics wurde Ende 2014 gegründet und bietet ein System zur Herstellung von intelligenten Paketbeilagen für den Online-Versandhandel. Das All-in-One-System "Target Packaging", bestehend aus Software und Digitaldruckmaschine, analysiert das Surf- und Kaufverhalten von Online-Käufern und generiert daraus individuelle Produktempfehlungen, die den Versandpaketen in Form von hochwertigen Broschüren beigelegt werden. Die individualisierten Broschüren werden just-in-time direkt beim Versandhändler in der Logistik produziert. Mit „Target Conversion“ können Werbetreibende in diesen Paketbeilegern zielgerichtete Print-Anzeigen buchen.

www.adnymics.com