

MUJI

Muji steigert Ladenverkäufe durch Online-Geschäft



HERAUSFORDERUNG

Mehr Verkäufe und Besuche in den Filialen erzielen. Die Customer Experience der digitalen und physischen Kanäle zusammenführen, Online-Verkehrsdaten zeitnah erfassen und analysieren, um daraus für Ladenkunden relevante Empfehlungen abzuleiten.



ZIEL

Clickstream-Daten aus der mobilen App erfassen und mit bestehenden Kundendaten aus dem Web, den PoS und anderen Schnittstellen skalierbar vereinen, ohne dass Werbetreibende dafür technischen Support benötigen.



RESULTS

- 46% mehr Ladenumsatz
- 100% mehr Gutscheine eingelöst
- 8+ Mio. Ereignisse (Web & Mobile) täglich erfasst und verarbeitet
- Kundenersparnis und mehr Umsatz für Muji durch personalisierte Promotions

Muji ist ein globaler Einzelhändler, dessen Angebot nachhaltige Produkte und Verpackungen auszeichnen. Sein Ziel war es, über seine mehr als 650 Standorte hinauszuwachsen. Das Unternehmen hatte festgestellt, dass viele seiner Websitebesucher online nach Produkten suchten, diese aber dann später im Geschäft kauften. Aus diesem Grund entwickelte Muji eine mobile App, um engere Kundenbeziehungen aufzubauen und die Experience in den Geschäften sowie den CLTV (Customer Lifetime Value) zu verbessern.

Herausforderung

Wie die meisten Einzelhändler startete Muji Online- und Social Media-Kampagnen, doch hatte nur mäßigen Erfolg bei der Steigerung der Ladenbesuche und -verkäufe. Die physische und digitale Experience zu vereinen erwies sich als erhebliche Herausforderung. Zudem gelang dem Unternehmen nicht die zeitnahe Übermittlung der Daten, die es zur Analyse des Online-Verkehrs benötigte, um relevante Empfehlungen für die Ladenkunden zu generieren.

Durch den fehlenden technischen Support konnte Muji keine skalierbare Lösung mit der erforderlichen Leistung entwickeln, um die Clickstream-Daten aus seiner mobilen App zu erfassen und mit den Daten aus den bestehenden PoS und sonstigen Kundendaten zusammenzuführen. Gefragt war eine Lösung, die das Marketing-Team ohne technischen Support verwenden konnte.

Lösung

Über die Customer Data Platform von Treasure Data (CDP) kombinierte Muji die Daten aus Online-Suchen und Bestellverläufen, um daraus aufschlussreiche Kundenprofile zu gewinnen. Die zusammengeführten Echtzeitdaten zum Ladeninventar setzte Muji in datengesteuerte Incentives um, wie z. B. personalisierte Gutscheine und zeitlich abgestimmte, zielgruppenspezifische Push-Benachrichtigungen. Treasure Data stellte dem Einzelhändler eine dynamische, skalierbare Lösung zur Verfügung, um die schnellen Datenströme zu erfassen und aggregiert zu nutzen. Ein Service-Partner bei Treasure Data integrierte die mobile Treueprogramm-App, ohne dass Muji dafür technischen Support benötigte.

Die Nutzung der mobilen App in Kombination mit den gezielt ausgerichteten Promotions führten zu 100 % mehr Gutscheineinlösungen in allen Filialen, einen höheren CLTV sowie zu mehr Ladenbesuchen und einem Anstieg des Umsatzes um 46 % innerhalb von zwei Jahren.

Außerdem nutze Muji die KI-Funktionen von Treasure Data, um standortspezifische Promotions anzustoßen, die unmittelbar die Ladenbesuche ankurbelten. Die CDP von Treasure Data ermöglicht die Umsetzung personalisierter Algorithmen sowie die Syndizierung von Marktsegmentierungen, mit denen die digitale sowie physische Customer Journey enger verbunden wird und zu einer besseren Customer Experience beiträgt.

Ergebnisse

Treasure Data unterstützte Muji bei der Erfassung und Verarbeitung von täglich über 8 Millionen Ereignissen aus dem Web und von mobilen Endgeräten sowie bei der Analyse von über 3 Milliarden Transaktionen pro Jahr. Innerhalb eines Zeitraums von zwei Jahren übertraft Muji seine Ziele:

- Dass der Druck von Flyern wegfiel, führte zu Einsparungen von Millionen von Dollar.
- Die Anzahl der Ladenbesuche nahm beachtlich zu.
- Der Umsatz aus Ladenverkäufen stieg um 46 %.
- Durch stark ausgerichtete Promotions in der Treueprogramm-App wurden 100 % mehr Gutscheine eingelöst.

Treasure Data

Die Customer Data Platform (CDP) von Treasure Data bietet Unternehmen wertvolle Insights, mit denen sie herausragende Customer Experiences umsetzen können. Unsere auf einem soliden Datenmanagement basierende CDP ermöglicht es Unternehmen, ihre Kundendaten aus den verschiedenen Silos skalierbar zu vereinen, um so die Kundenermittlung, -akquise und -interaktion voranzutreiben. Die individuell konfigurierbare Plattform umfasst ein breites Netz an Konnektoren, das sich mit Ihren Tech-Stacks weiterentwickelt, um so allen zukünftigen Dateninitiativen gewachsen zu sein. Treasure Data arbeitet mit über 400 Kunden zusammen, u. a. mit Fortune 500- und Global 2000-Unternehmen. Treasure Data ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Arm Ltd.

Jetzt Demo anfordern

| treasuredata.com | +1 (866) 899-5386