**Selligent Awards 2020**

**Globale Marken werden für ihre herausragenden Leistungen im digitalen Marketing geehrt**

**Selligent Marketing Cloud gab heute im Rahmen einer weltweiten digitalen Zeremonie mit Kunden und Partnern die Gewinner der Selligent Awards 2020 bekannt. Die Awards zelebrieren aussergewöhnliche Leistungen im digitalen Marketing und zeichnen Marken für ihr nahtloses Omnichannel-Marketing und ihre datengestützten Erlebnisse aus, die den Bedürfnissen der Verbraucher von heute entsprechen.**

Kandidaten aus der ganzen Welt wurden in fünf Schlüsselkategorien von einer unabhängigen Jury geprüft. Neben den Hauptgewinnern gab es noch weitere Auszeichnungen, wie den Favoriten Award (den Teammitglieder des Unternehmens intern vergaben) und den Public Vote Award, der von den Teilnehmern des Selligent Reconnect 2020 an sechs Unternehmen vergeben wurde. Die Gewinner der Selligent-Auszeichnungen 2020 sind:

**Consumer-First Marketing (zwei Gewinner):**

* **Tesco:** Um die Kommunikation mit seinen Kunden besser zu verstehen und besser auf sie eingehen zu können, hat Tesco beschlossen, ihre Kundendaten gezielter zu verwerten. So ermöglicht der multinationale Lebensmittelkonzern seinen Kunden, sich bei Kampagnen zum Mutter- und Vatertag abzumelden. Kunden, die verstorbene Elternteile haben, konnten sich so von zukünftigen Benachrichtigungen im Zusammenhang mit diesen Feiertagen ausschliessen. Die Strategie "Customer-First" führte zu einer Verdreifachung der Click-to-Open-Raten, wobei mehr als 200’000 Kunden die Abmelde-Option nutzten. Tesco-Kunden lobten das Unternehmen für sein Gespür sowie Empathie.
* **Millésima und Agenturpartner Avanci:** Der Weinhändler Millésima arbeitete mit der Unterstützung der Marketing-Agentur Avanci daran, sein ultra-personalisiertes Kundenerlebnis zu verbessern. Durch die Konzentration auf Kundenpräferenzen und Verhaltensdaten gelang es Millésima, Erstkunden erfolgreich zu Stammkunden zu machen – innerhalb von sechs Monaten nach der ersten Kampagne konnte ein 17-prozentiger Anstieg der Wiederholungskäufe verzeichnet werden.

**Marketinginnovation (zwei Gewinner):**

* **build.com:** Bekannt für seine wirklich einzigartige Marketing-Kampagnen, demonstrierte der Baumarkt-Händler build.com den Einsatz von Selligents innovativen Lösungen am besten und nutze die Möglichkeiten zur besseren Verknüpfung von In-Store- und Online-Kundenerlebnissen optimal. Um die Effektivität der Vertriebsmitarbeiter zu steigern, legte das Unternehmen den Fokus seiner digitalen Kampagnen auf personalisierte Inhalte und die Sammlung von Kundeninteressen. Durch konsistente Omnichannel-Kampagnen steigerte build.com die Kunden-E-Mails um 177 %, erhöhte den durchschnittlichen Bestellwert um 2’083 % und erzielte eine Umsatzsteigerung von 102 %.
* **Uni-Médias:** Der französische Medienkonzern Uni-Médias hat die Automatisierungsmöglichkeiten von Selligent exzellent eingesetzt, um eine anspruchsvolle Content-Strategie in sieben Regionen zu realisieren. Hierbei wurden kritische Interaktionsdaten erfasst, um näher an ihre Zielgruppen zu rücken. Uni-Médias war so in der Lage, Kampagnen einfach und effektiv zu modifizieren und den Lesern dynamische Inhalte über mehrere Marken gleichzeitig zu liefern. Als Ergebnis erreichten sie eine Öffnungsrate von 25 % bei automatisierten Inhalten und eine Steigerung des Nachrichtenvolumens um 195 %. Auch die Zielgruppengrösse nahm um 40 % zu. Zudem verbesserte sich die Produktivität, indem der Zeitaufwand für die Erstellung von Inhalten um 70 % gerkürzt wurde.

**Exzellenz im Omnichannel-Marketing (zwei Gewinner):**

* **Mediahuis und Agenturpartner Dignify:** Der belgische Verlag Mediahuis und seine Marketing-Agentur Dignify führten eine auf einem Wettbewerb basierende Kampagne durch mit dem Ziel, die Interaktion und die Gewinnung neuer Zielgruppen zu fördern. Der Multi-Channel-Wettbewerb, der über E-Mail, soziale Medien, Web, Videoinhalte und Offline-Kanäle lanciert wurde, knüpfte an den Nostalgiegedanken des Wettbewerbs selbst an und ermöglichte gleichzeitig neue und frische Interaktionen. Ihr Vorgehen brachte 8’900 Teilnehmer, mehr als 2’700 neue Abonnements und bereicherte die Kontaktprofile von fast 700 bestehenden Lesern.
* **Mercialys:** Der führende europäische Entwickler von Gewerbeimmobilien Mercialys richtete seine Bemühungen darauf aus, über sämtliche Kanäle mit Kunden in Kontakt zu treten, indem er seine bestehende Datenbank mit 450’000 Verbrauchern optimal nutzte. Durch die Verknüpfung von Kundenprofildaten mit Marketingkanälen und die Aktivierung von E-Mail, Web-Push, SMS, Wallet und MobileApp-Push konnte Mercialys regelmässiger auf die Kunden zugehen und individuelle Präferenzen für die künftige Kommunikation festlegen. Infolgedessen entschieden sich 60 % der Kunden für SMS-Opt-Ins ‒ im Vergleich dazu nur 23 % für E-Mail. Mercialys verdreifachte mit der Nutzung von neuen Kanälen seine Reichweite. Push-Benachrichtigung-Opt-Ins erreichten nur wenige Wochen nach dem Start der Kampagne bereits 19 %.

**Beste personalisierte Customer Journey:**

* **Corwin:** Der globale Bildungsverlag Corwin hat seinen Schwerpunkt erneut auf intelligente Zielgruppenansprache und Segmentierung gelegt ‒ mit dem Ziel, seine Reichweite zu erweitern und personalisierte Inhalte und Erlebnisse zu liefern. Durch den Fokus auf Relevanz und Personalisierung hat Corwin das Marketing besser mit dem Vertrieb verbunden und die Ergebnisse der Interaktionen durch gezielte Automatisierung gesteigert. Infolgedessen verdoppelte Corwin den Web-Traffic, verbesserte die Produktivität um 31 % und erhöhte die Öffnungsraten von E-Mails um 32 %.

**Beste inklusive Kommunikation:**

* **UNHCR und sein Partner Acxiom:** UNHCR, das UN-Flüchtlingshilfswerk, ist eine globale Organisation, die sich der Rettung von Leben und dem Aufbau einer besseren Zukunft für Flüchtlinge und zwangsvertriebene Gemeinschaften widmet. Zeitgleich mit dem heiligen Monat Ramadan startete UNHCR seine globale Spendenkampagne "Jedes Geschenk zählt". In dieser Zeit generierte das UNHRC 80 % seiner jährlichen Gesamtspenden. Die Organisation setzte die Selligent-Marketing-Cloud-Technologie ein, um die digitale Wohltätigkeitskampagne voranzutreiben und arbeitete dabei eng mit dem Partner der Selligent-Agentur, Acxiom, zusammen. Die Kampagne brachte erstaunliche Ergebnisse: mehr als 630’000 Dollar an Spenden in einem Monat – eine 30-prozentige Steigerung im Vergleich zum Vorjahr – sowie eine 23-prozentige Öffnungsrate von mehr als 330’000 verschickten E-Mails.

**Selligent Favorit:**

* **Hunkemöller:** Hunkemöller, Europas am schnellsten wachsende Lingerie-Marke, nutzte die Selligent Marketing Cloud, um die Kommunikationsaktivitäten zu optimieren und intelligentere Zielgruppen-Segmentierungen zu entwickeln – und gleichzeitig die Interaktionsraten zu erhöhen und den Umsatz der digitalen Plattformen zu steigern. Das Unternehmen nutzte Selligents KI-gestützte Smart-Content-Fähigkeiten, um die Zielgruppenansprache zu verbessern, die Conversion zu fördern und die Kunden besser zu verstehen, was zu einem verbesserten Kundenerlebnis führte. Mit dieser Strategie gelang ein Umsatzanstieg von 54 %, ein Anstieg von 61 % bei den Bestellungen, eine Klickrate von 44 % und eine E-Mail-Öffnungsrate von 23 %.

**Die Gewinner des Public Vote Award (Reconnect 2020 Abstimmung):**

* Englisch (BeNeLux & GB): **Efteling und Partneragentur Yourzine**
* Spanisch: **Bimba y Lola**
* Französisch: **Botanic und Partneragentur AI & Data**
* Italienisch: **Capri und Partneragentur E-one**
* Deutsch: **Cineplex**
* Nordamerika: **Alliant Credit Union**

"Herzlichen Glückwunsch an all unsere Selligent-Preisträger 2020! Ihre Marken haben gezeigt, wie die beste Marketing-Technologie und kreative Kampagnen-Ideen zu einer fehlerfreien Ausführung und Ergebnissen führen kann, die alle Erwartungen übertreffen", sagte Karthik Kripapuri, CEO von Selligent.

"Wir fühlen uns geehrt, dass die Technologie von Selligent – mit Unterstützung unseres globalen Netzwerks von Partnern – dabei hilft, die Ideen unserer Kunden zum Leben zu erwecken", fügte Bruno Boussion, SVP of Sales Europa, hinzu.

Mehr als 700 globale Marken in den Bereichen Einzelhandel, Reisen und Gastgewerbe, Medien, Unterhaltung und Verlagswesen und Finanzdienstleistungen vertrauen Selligent bei der Umsetzung ihrer Marketing-Programme, darunter innovative Marken wie FreshDirect, GoNoodle, Vitacost.com und das Profi-Fussballteam Minnesota Vikings.

**Über Selligent Marketing Cloud:**

Selligent Marketing Cloud, eine Marke der CM Group, ist eine intelligente Omni-Channel-Marketing-Cloud-Plattform. Die dynamische Technologieplattform liefert Einblicke, die es Unternehmen ermöglichen personalisierte und wertvolle Kundenbeziehungen zu schaffen. Dies führt zu überzeugenden Ergebnissen auf allen Kanälen. Mit Teams in den Vereinigten Staaten und Europa, sowie einem globalen Netzwerk von Partnern, verfolgt Selligent die Mission, Marketing persönlich zu machen. Weitere Informationen auf [www.selligent.com](http://www.selligent.com) sowie auf [Twitter](https://twitter.com/selligent), [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/selligentmarketingcloud/) und im [Blog](https://www.selligent.com/de/blogs).