

Einzelhandel Fallstudie

# Schwarzkopf Henkel



## Die Aufgabe

- Eine optimale 1:1 Kundenansprache zu erreichen, um mehr Haarfärbeprodukte zu verkaufen - basierend auf jener Haarfarbe die beim letzten Friseursalonbesuch ausgewählt wurde.

## Die Lösung

- Xerox Phaser Drucker, Xerox Work Centre oder Xerox Work Centre Pro Modelle in Verbindung mit PrintShop Mail.

## Die Ergebnisse

- Während der DRUPA 2004 hat Schwarzkopf Henkel einen Preis für die beste 1:1-Anwendung mit variablen Text und Bildern erhalten. Der Preis wurde für die beste Anwendung mit Auswirkung auf das Kundengeschäft vergeben.

# Kundenprofil

Schwarzkopf Henkel, Deutschland  
Zielmarkt: Einzelhandel, Konsumgüterbranche

# Die Aufgabe

Eine optimale 1:1 Kundenansprache mit dem Ziel zu erreichen, mehr Haarfärbeprodukte zu verkaufen - basierend auf jener Haarfarbe die beim letzten Friseurbesuch ausgewählt wurde.

# Die Lösung

Wesentlich mehr Kunden und Firmen sind sich der Auswirkungen von Lösungen bewusst, als dies noch vor 4 Jahren der Fall war. Daraus ergibt sich auch der sehr hohe Bekanntheitsgrad von PrintShopMail. Eine große Anzahl von Kunden gibt heute an, dass für den Produktionsdruck mit variablen Daten, PrintShopMail zum Standard geworden ist. Ergänzend bietet PrintShop Mail die Unterstützung für Drucken übers Netz und VIPP®.

## Schwarzkopf Henkel

Schwarzkopf Henkel hat eine Direktmail-Anwendung mit dem Ziel entwickelt, seine Haarfärbeprodukte für die Endkunden einer Anzahl von Friseursalons zu empfehlen.

Schwarzkopf Henkel trat mit allen Friseursalons in einer bestimmten Region in Deutschland in Verbindung, um Zugang zu Kundendaten dieser Friseursalons zu erhalten. Am Anfang war es sehr schwierig, diese Kundendaten zu erhalten, aber Schwarzkopf gelang es schließlich, eine Datenbank mit kundenspezifischen Informationen aufzubauen. Die Datenbank wird genutzt, um

kundenspezifische Haarfärbangebote zu versenden. Die Datenbank wird von Schwarzkopf gewartet und entsprechend der letzten verwendeten Haarfarbe wird ein spezifisches Angebot erstellt.

Die Kunden erhalten eine Broschüre mit den Produktdetails und Farbtonanweisungen, die spezifisch auf die aktuelle Haarfarbe zutreffen. Der Broschüre wird ein Coupon mit Adresse und Kontaktdaten des Friseursalons des Kunden hinzugefügt. Dieser Coupon kann beim Friseur salon eingereicht werden und die Kunden erhalten einen Preisnachlass auf das Haarfärbeprodukt.

Auf Grund dieser Mailing-Aktion stiegen die Verkaufszahlen der Schwarzkopf Haarfärbeprodukte drastisch an. Die Aufmerksamkeit des Kunden wird dadurch erreicht, dass die ganze Produktbeschreibung sich auf seine aktuelle Haarfarbe bezieht. Die Kunden gewinnen den Eindruck, dass man sich gezielt um individuelle Ansprache bemüht, was die Bereitschaft, das Mailing zu lesen und darauf zu reagieren, erhöht.

Die optimale 1:1-Kundenansprache wurde durch den Einsatz von variablem Text und Bildern erreicht. Jedes Dokument ist einzigartig und generiert zusätzliches Druckvolumen für den Digitaldruck.

XEROX belieferte den Kunden mit speziellem Papier und Verbrauchsmaterialien und hat damit auch das Geschäft mit Verbrauchsmaterialien signifikant erhöht.

Während der DRUPA 2004 hat Schwarzkopf Henkel einen Preis für die beste 1:1-Anwendung mit variablen Text und Bildern erhalten. Der Preis wurde für die beste Anwendung mit Auswirkung auf das Kundengeschäft vergeben.

# Die Ergebnisse

- Je besser man die Interessen seiner Leser in seinen gedruckten Werbetexten trifft, desto wahrscheinlicher ist es, dass er sie liest, sich daran erinnert und darauf reagiert.
- Verglichen mit Massenausendungen, erzielen personalisierte, individualisierte Mailings wesentlich höhere Antwortraten
- Der personalisierte Druck führt zu einer Umsatzsteigerung
- Einfach zu erlernen – personalisierte Druckjobs können sofort erstellt werden
- Keine Programmierung notwendig – einfaches drag & drop spart Zeit und Geld
- Anwendungsunabhängig – Sie benutzen vorhandene Gestaltungs- und Datenbankanwendungen
- Keine Netzwerküberlastung mehr – durch optimiertes PostScript wird ein effizienter Druckprozess gewährleistet
- Offene Architektur – fügt sich leicht in Ihren existierenden Arbeitsprozess ein

Xerox Drucker: Alle Phaser Modelle, WorkCentre Modelle, WorkCentre Pro Modelle und Xerox DocuColor (DC 3535 – DC 5252).

---

## Weitere Informationen

über das Xerox Alliance Partners Programm finden Sie unter [www.xerox-solutions.com](http://www.xerox-solutions.com)