

intan erzielt Response-Rate von 18% mit dsb-Payment-Widget

Ausgangslage

Seit über 30 Jahren unterstützt die intan group als unabhängiger Partner namhafte Verlage und Unternehmen. Mit rund 2 Millionen Abonnenten ist sie eines der führenden Medienvertriebsunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. intan arbeitet mit über 50 Verlagen zusammen und hat insgesamt ca. 520 Zeitschriften im Portfolio. Für ihre Kunden kümmert sich die Gruppe um Abomanagement, Marketing und Customer Care. Die Experten der Tochtergesellschaft intan service plus kümmern sich im eigenen Kundencenter um den Leserservice, steuern Outbound-Aktionen zur Kündiger-Rückgewinnung oder starten Cross-Selling-Projekte.

intan service plus war auf der Suche nach Möglichkeiten, die Abohaltbarkeit zu erhöhen. Da mit jeder Versendung von Abo-Rechnungen Kündigungen einhergehen, wollte das Unternehmen hier ansetzen.

Ziele

- Steigerung der Abohaltbarkeit
- Reduzierung der Kündigerquote
- Migration von Lesern in wiederkehrende Zahlarten
- individuelle, kanalübergreifende Angebote zur Zahlartmigration
- Anteil der Sofortzahlungen bei Rechnungen erhöhen
- Mahnprozesse optimieren
- Liquiditätssteigerung durch Zahlartmigration und Direktzahlungen
- vollautomatisierte Steuerung der Payment-Kampagnen
- Payment-Angebote über unterschiedliche Touchpoints platzieren
- Integration der neuen Prozesse in existierende, ressourcensparende Workflows

Die Lösung

intan setzt in puncto Abo-Management und E-Commerce bereits seit langem auf die dsb-Gruppe. Die Prozesse rund um Leserservice und Abrechnung werden automatisiert durch die Customer-Care- und Billing-Plattform ccb by dsb® und seit neustem auch durch dsb fly® abgewickelt. dsb fly® ist die strategische und modulare Weiterentwicklung der dsb-Plattform zur Abbildung digitaler Geschäftsprozesse in Realtime.

Durch die Integration des von dsb entwickelten Payment Widgets dsb fly® pay kann intan service plus Kampagnen zur Steigerung der Abohaltbarkeit durch kundenindividuelle Serviceangebote durchführen.

Beim Payment Widget handelt es sich um eine Expresszahlseite, auf der User mit einem Mausklick ihre Zahlart ändern oder eine Sofortzahlung auslösen können. Jörg Markmeyer, Leiter IT und Prozessmanagement bei intan service plus, ist als Projektverantwortlicher für den Einsatz des Tools verantwortlich und testete es in den letzten Monaten umfangreich.

Das Ergebnis

Das dsb fly pay ist mittlerweile seit 10 Wochen bei intan im Einsatz. Die Abo-Profis aus Osnabrück adressieren dadurch genau definierte Zielgruppen auf unterschiedlichen Kanälen mit individuellen Angeboten. Hierzu binden sie die Express-Zahlseite gezielt in verschiedene Marketing-Kampagnen ein und optimieren ihre Response-Rate immer weiter.

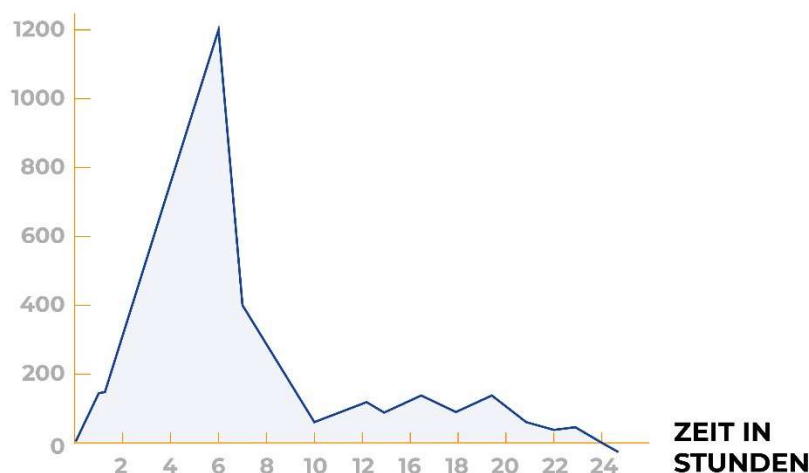


Direktzahlungslink in Rechnungs-E-Mails

intan verschickt Links zum dsb-Payment-Widget direkt in den Rechnungen per E-Mail. Im Mailingtext werden die Leser darauf hingewiesen, dass sie die Rechnung im Anhang bequem und direkt mit einem Klick auf den Link begleichen können.

Abhängig von der Zielgruppe zahlen **3% bis 5% der Mailempfänger ihre Rechnungen direkt über den Link. Die Mehrheit zahlt taggleich.**

ANZAHL ZAHLUNGEN



Von den „frischen Abonnenten“, die ihre Rechnungen ausschließlich per E-Mail bekommen, zahlten im Schnitt 5% sofort. Langjährigen Bestandskunden, die Papierrechnung erhalten, schickte intan eine „Avisierungs-E-Mail“, in der sie den Abonnenten die Papierrechnung ankündigten, und integrierten ebenfalls den Link. Bei dieser Zielgruppe lag die Sofortzahlungsquote bei 3%.

Alternative für Papierrechnungen – eingedruckte QR-Codes

Auf den Papierrechnungen befindet sich ein Infotext zum dsb-Payment-Widget. Ein eingedruckter Link und ein QR-Code ermöglichen hier eine schnelle digitale Zahlung.

Bis zu 18% der Bestandskunden wechseln direkt in wiederkehrende Zahlarten

Neben der Sofortzahlung wird auf der Mini-Zahlseite auch ein Zahlartenwechsel in haltbare, wiederkehrende Zahlarten wie das SEPA-Lastschriftverfahren und PayPal angeboten. Je nach Zielgruppe **wechselten zwischen 13% und 18% der E-Mailing-Adressaten die Zahlart**, wobei sich die große **Mehrheit sich für PayPal (78%)** entschied. „Das ist wohl der Bequemlichkeit der Nutzer geschuldet. Viele haben bereits PayPal-Express und wissen, dass sie hier nur ein Häkchen setzen müssen, während sie für das SEPA-Verfahren noch weitere Daten eingeben müssen“, vermutet Markmeyer. Die wechselwilligsten Leser befanden sich auch hier unter den Neu-Abonnenten.

ZAHLARTEN



Zahlprozesse sind Vertrauenssache

In verschiedenen Kampagnen hatte Markmeyers Team einmal den **Zahlartwechsel mit und ohne Incentive angeboten**. „Wir waren überrascht, dass sich Gutscheine kaum auf den Zahlartenwechsel auswirken. Die Wechselquote in der Testgruppe ohne Prämie war fast genauso hoch, wie die in der anderen Gruppe mit Incentive. Die hohe Response-Rate finden wir beeindruckend. Schließlich sind Zahlprozesse Vertrauenssache. Dass unsere Abonnenten uns dieses Vertrauen aussprechen, ist ein sehr gutes Zeichen“, freut sich Daniel Beljan, Geschäftsführer von intan service plus.

RESPONSE-RATE



Zahlartwechsel direkt bei Auftragsbestätigung beträgt 18%

Hier erzielt intan die höchste Response-Rate: 18% der E-Mail-Empfänger stellten sofort ihre Zahlart um. „Hier sehen wir auch für uns den höchsten Benefit. Diese frischen Abonnenten springen sonst häufig nach der Mindestlaufzeit ab. Insofern wirkt sich das Payment-Widget direkt auf die Rendite unserer Abos aus, denn diese wächst mit ihrer Haltbarkeit.“, findet Markmeyer. „Der niederschwellige, komfortable Zahlartwechsel zahlt sich direkt auf die Abohaltbarkeit aus.“

Mahnprozesse deeskalieren

intan nutzt das dsb-Payment-Widget erfolgreich zur Deeskalation von Mahnprozessen. „Indem wir den Kunden wenige Tage vor dem Versand der Mahnung eine Zahlungserinnerung schicken, holen wir die Kunden ab, die die Zahlung einfach nur vergessen haben. Das ist freundlicher als der direkte Mahnversand.“, begründet Markmeyer seine Motivation für die Prozessänderung. In verschiedenen Tests zahlten **5% bis 10% der Kunden Ihre Rechnungen über den Link sofort**. Auch die Mahnungen selbst werden inzwischen mit Links zum dsb-Payment-Widget versehen.

dsb-Payment-Widget wird fester Part in Service-Center-Aktivitäten

In Kürze werden die intan Service-Agents bei eingehenden Telefonaten direkt in der Customer-Care- und Billing-Plattform informiert, falls noch eine Rechnung offen ist. Der Mitarbeiter kann den Abonnenten dann freundlich auf den offenen Posten hinweisen und ihm sofort einen automatisch generierten Link zum dsb-Payment-Widget schicken. „Wir werden in Kürze sehen, ob sich unsere Erkenntnis aus dem Mahnwesen übertragen lässt, dass ein Großteil der Leser nach einer direkten Ansprache durch den Kundenservice eine Rechnung sofort begleicht.“, sagt Markmeyer.

Vollautomatisierte Prozesse

Die Generierung der Links sowie das Personalisieren und Verschicken der E-Mails erfolgt vollautomatisiert in wenigen Minuten. Die Payment-Widget-Kampagnen sind in den Workflows der Customer-Care und Billing-Plattform **ccb by dsb** hinterlegt. **Dort sind alle Aktionen jederzeit nachvollziehbar und Folgeschritte werden automatisiert angestoßen**. „Je größer die Anzahl der E-Mails ist, umso größer sind unsere Skaleneffekte, denn der Aufwand für die Generierung einer Kampagne ist gleich groß. Durch die volldigitalisierten Prozesse können wir weiter unsere Kosten optimieren. Gleichzeitig ist der persönliche Kundenservice und Vertrieb eine essentielle Säule unserer Firmenphilosophie. Das dsb-Payment-Widget sehen wir hier aber als eine wichtige Ergänzung.“, erläutert Gisbert Komlossy, CEO und Gründer der intan group, die strategische Ausrichtung seines Unternehmens.

Liquiditätssteigerung

intan service plus steigert durch Zahlartmigration und Direktzahlungen seine Liquidität. Denn die Mehrwertsteuer wird mit Rechnungsstellung fällig. Indem mehr Leser pünktlich zahlen wirkt sich das sofort positiv auf den Cashflow des Unternehmens aus.

Bewertung

„Wir sind hochzufrieden mit dem dsb-Payment-Widget. Insbesondere mit der hohen Quote an Zahlartwechslern. Insgesamt bleibt unsere Maxime weiterhin testen und feinjustieren. Denn diese hohen Responsequoten erzielen wir nur, weil wir viel Zeit in die Kampagnenvor- und -nachbereitung stecken und zielgruppenspezifisch agieren.“, weiß Markmeyer „Mit technisch lieblos ausgespielten Aktionen kann man diese Resultate nicht erwarten.“

„Das dsb-Payment-Widget hat eine extrem hohe Usability. Leser können mit ihm in wenigen Sekunden ihre Rechnung bezahlen und mit einem Klick weitere manuelle Rechnungszahlungen verhindern. Deswegen ist es so beliebt. Es bietet den Nutzern eine Möglichkeit auf bequeme Weise ihre Aufgaben zu erledigen. Nach dem Motto ein To-do weniger in meinen Mails.“, ergänzt Daniel Beljan.

„Das dsb-Payment-Widget zahlt direkt auf die Kundenzufriedenheit ein und ist deswegen ein wichtiger Meilenstein in unseren Customer-Retention-Maßnahmen.“, bestätigt Gisbert Komlossy.

Fazit: Die Direktmarketingprofis von intan setzen auch in Zukunft auf das dsb-Payment-Widget, denn für sie hat es sich im wahrsten Sinne des Wortes ausgezahlt.