

Traviangames GmbH Case Study

Ein CRM Projekt mit strategischer und technologischer Beratung

Traviangames

Traviangames nutzt dialoggestütztes CRM auf Basis einer Customer Data Plattform in Kombination mit Marketing Automation zur Bestandskundenkommunikation

Key metrics

Die wesentlichen KPI's des Projektes beziehen sich auf Aktivität, Umsatz und Frequenz innerhalb der Spielewelten.



13% UP
E-Mail Open rate



19% UP
Cross/Upsell Revenue

HERAUSFORDERUNGEN

Mit 18 Mio. Spielern in 22 Ländern gehört Travangames zu den großen Anbietern browserbasierter Spiele. Die Herausforderung bestand in der Konzeption und Implementierung eines weltweit dialoggestützten CRM Systems zur Erhöhung der Cross- und Upsellpotentiale bei Ingame Käufen und der Erhöhung der Spieleraktivität entlang der gesamten Customer Journey

LÖSUNG

Im Rahmen des Projektes wurde eine neue CRM Strategie, eine komplett neue Architektur inkl. CDP und Marketing Automation-Lösung sowie eine gesamtheitliche und neue Kontaktstrategie entwickelt.



CRM Strategie



CRM
Technologie



Kundendaten-
analyse

ERGEBNISSE

Mehrwert 1

1

Erhöhung der E-Mail Öffnungsrate um 13% und der Clickrate um durchschnittlich 17%

Mehrwert 2

2

Erhöhung des Cross- und Upsell Umsatzes um 19%

Mehrwert 3

3

Steigerung der Prozesseffektivität um 25%, d.h. 25% mehr Kampagnen können bei gleichbleibenden Ressourcen durch Automatisierung ausgespielt werden.



SHERLOCK & WATSON
MARKETING UND DATEN



Marketing und Daten | Beratung



sherlockandwatson.de



Süntelstr. 4A, 31848 Bad Münde
mobil: 0151-11006616