

Åhléns arbete med CRM och analytics

Camilla Nordsvärd, Kanalsvarig CRM
Sarah Madani, Kampanjansvarig CRM

ÅHLÉNS

Agenda

- Åhléns medlemsprogram
- Rätt kommunikation till rätt kund vid rätt tillfälle
- Hur Åhléns jobbar med Marketing Automation
- Fortsättning framåt

A fashion advertisement featuring two models from the waist down. The model on the left is wearing a bright orange velvet suit and holding a matching orange clutch bag. The model on the right is wearing a red and white vertically striped blazer over red trousers. They are standing on a red carpet in front of a red curtain. The text "Är du medlem i Åhléns?" is overlaid in the center in white. The Åhléns logo is in the bottom right corner.

Är du medlem
i Åhléns?

ÅHLÉNS

ÅHLÉNS MEDLEMSPROGRAM

SKAPA VÄRDE OCH BYGGA LOJALITET GENOM KUNDINSIKTER

- Lanserades 1996
- 2.1 miljoner medlemmar, 1,7 miljoner aktiva medlemmar. 90% är kvinnor.
- Mer än 50% av kvinnorna i Sverige mellan 16-80 år är medlemmar i Åhlens medlemsprogram.
- 80% av försäljningen sker via medlemsprogrammet
- Huvudmål:
 - Skapa mer engagerande relationer med våra medlemmar
 - Bygga lojalitet genom relevans och inspiration
- Nyckel för engagemang - relevans!

I medlemsprogrammet ligger kunskapen om våra kunder och genom medlemsprogrammet skapar vi engagemang och bygger varumärke mot våra befintliga kunder!



Åhléns medlemsprogram

- Bonus på alla dina köp (2%)
- Inbjudningar till events
- Varuhusnära förmåner
- Personliga erbjudanden på det vi tror du vill köpa
- Medlemskap med olika förmåner i tre nivåer:
 - Medlem
 - 1500+
 - 10000+



Åhléns kund 2021

- Tre affärsområden, mode, hem och skönhet
- Målgrupp- moderna livspusslare
- Majoriteten av våra kunder är kvinnor med en snittålder på 46 år
- De flesta kvinnor handlar inom affärsområde skönhet - största affärsområdet
- Den största delen av försäljningen sker i varuhus - online ökar



ÅHLÉNS

Kanaler

E-post



Mikael Lindell

Bonus att handla för: 50 kr

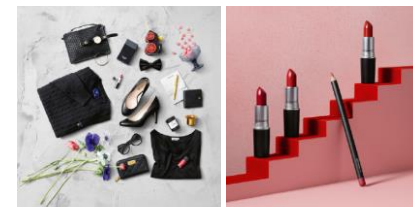
Poäng kvar till nästa bonus: 2268
Mina poäng: 2732
Min medlemsnivå: Medlem 10 000+
Nivågrundande poäng 2018: 16931
Medlemsnummer: 81868858

Logga in på Mina sidor

SMS



DR



SOME



Webb



ÅHLÉNS

Kundinsikter och lojalitet

Emotionell och beteendemässig lojalitet- vi måste lära oss att jobba med dessa ihop

- Hur mäter vi lojalitet?
 - Beteendemässig lojalitet mäts genom decilanalyser, kundlivscykel, Medlemsnivåer mm.
 - Emotionell lojalitet mäts på medlemsbasen genom NKI
 - Vi behöver hitta ett sätt att mäta lojalitet över tid och inte bara efter köp samt kombinera samtliga ovan mått
 - Brand tracking



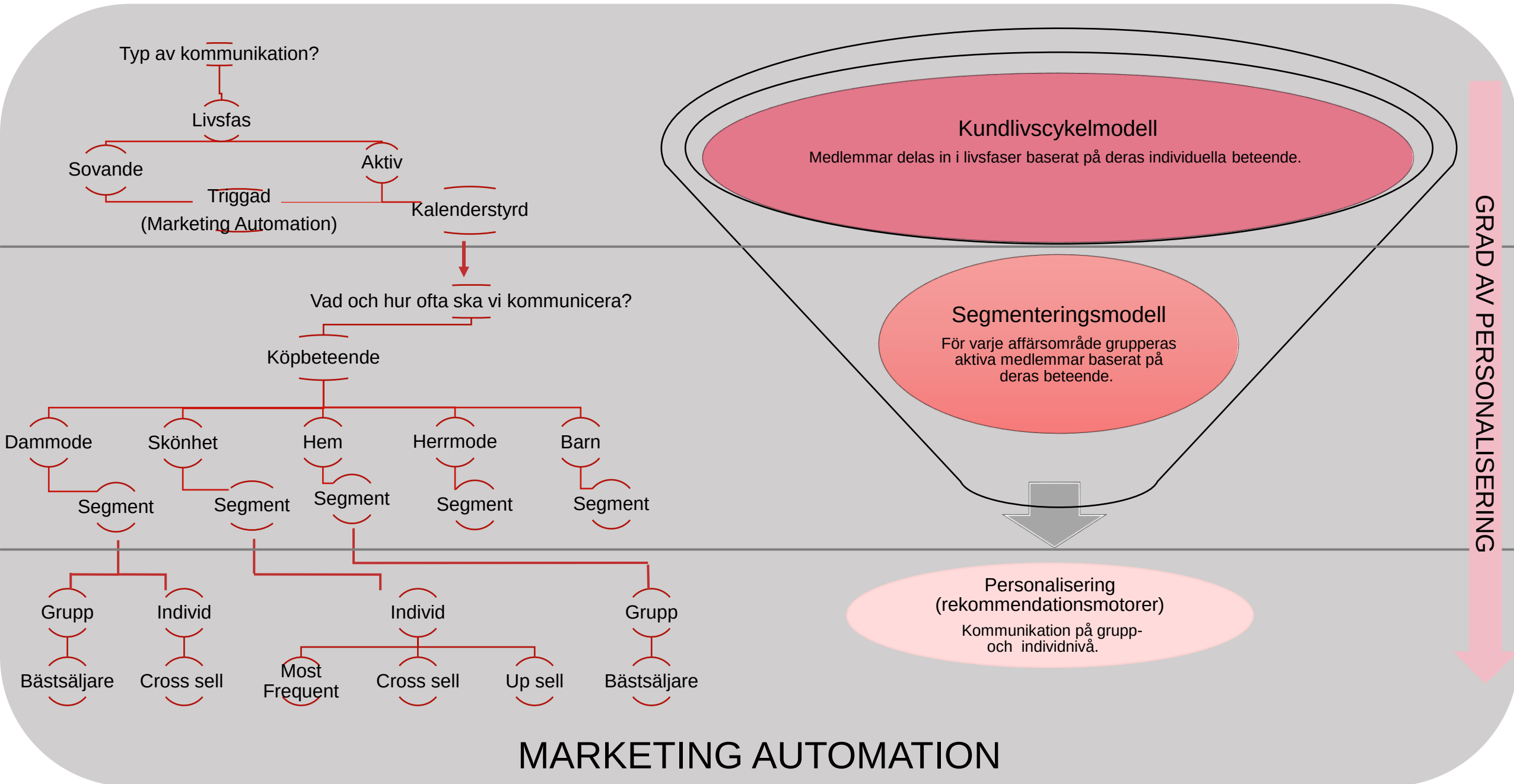
Rätt kommunikation till rätt kund
vid rätt tillfälle

A photograph of two models standing on a red carpet. The model on the left is wearing a bright orange velvet suit and holding a matching orange clutch bag. The model on the right is wearing a red suit with white vertical stripes. The background consists of red curtains. The text "Arbetar ni med kundrekommendationer på individnivå?" is overlaid in white.

Arbetar ni med
kundrekommendationer på
individnivå?

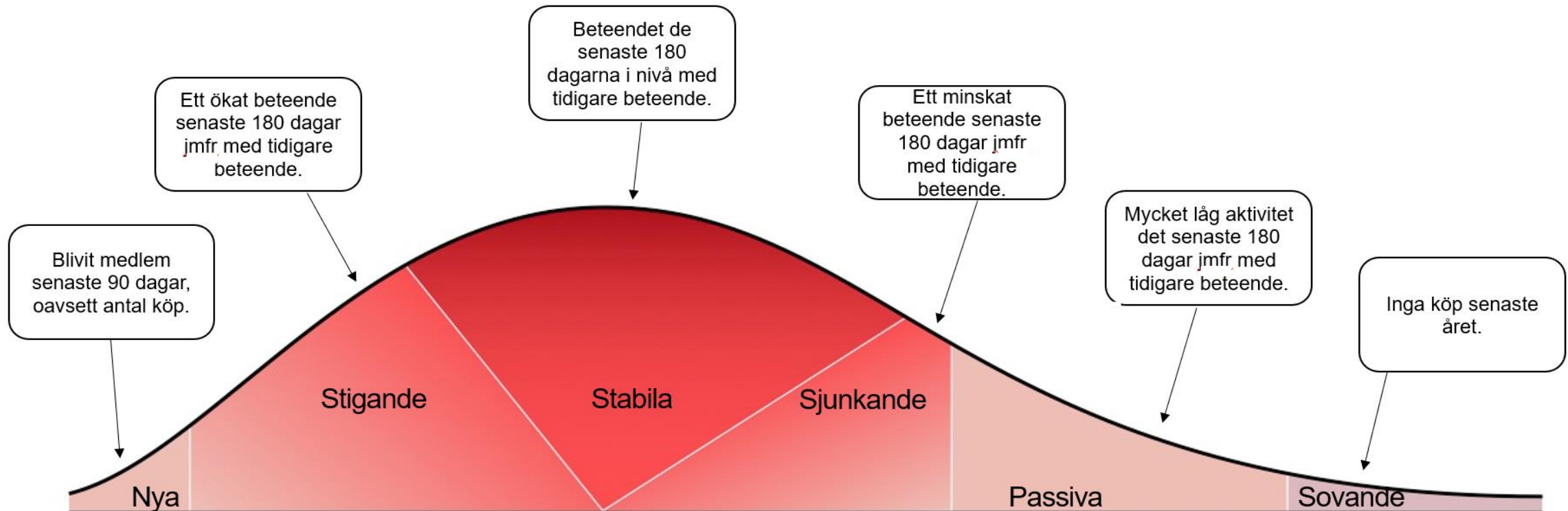
ÅHLÉNS

PERSONALISERINGS-TRATT



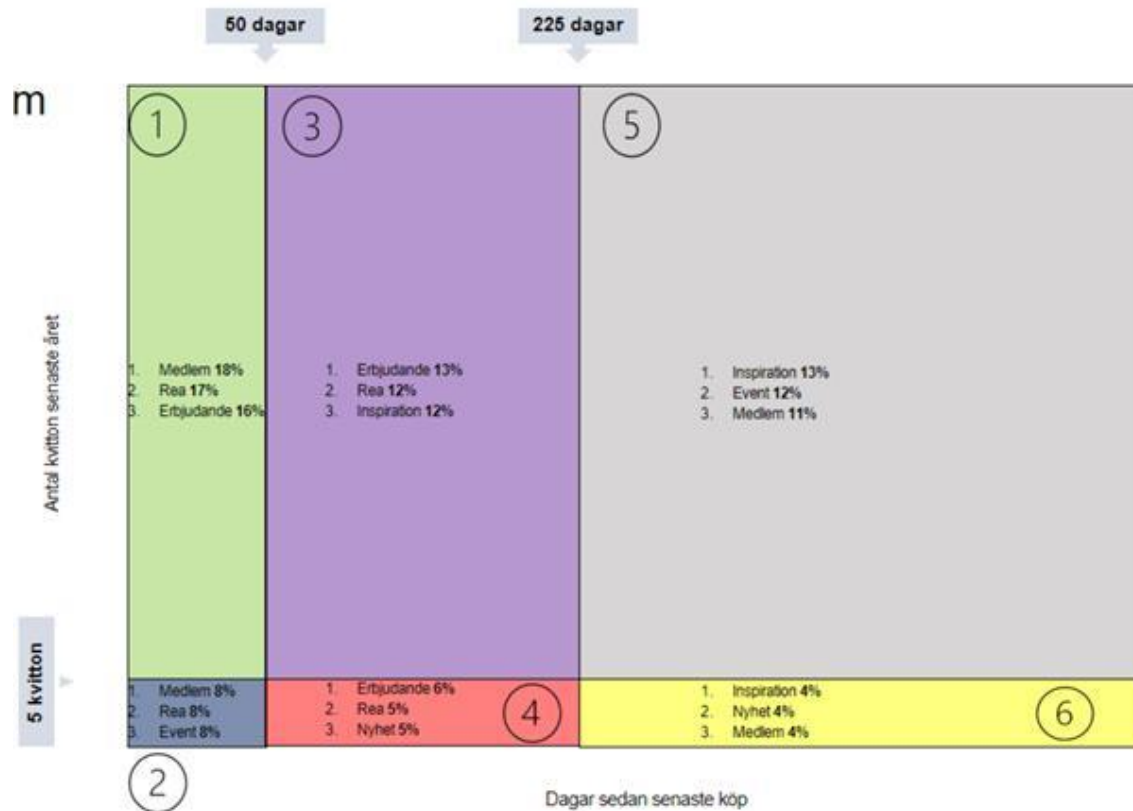
Kundlivscykelmodell

En medlems beteende över tid



Segmenteringsmodeller

En medlems beteende inom varje affärsområde



- Deskriptiv analys för att ta fram variabler att klustra på av.
- Kundens beteende klustras inom varje affärsområde baserat på RF (recency, frequency).
- Affärskunskap är applicerade på framtagna kluster.
- Visar vad kunden har agerat på för typ av kampanjer tidigare

Personalisering

Olika rekommendationsmotorer

- Vi har totalt 16 olika modeller varav 4 är på individnivå
- Kapacitet att hantera hela medlemsbasen på 2,1 miljoner medlemmar

Bästsäljarmodell för hem tar fram trendande artiklar inom hem & inredning

ÅHLÉNS

HEM & INREDNING DAM HERR BARN SKÖNHET

Mer av allt på åhlens.se

25%
vid köp för minst
1500 kr

20%
vid köp för minst
1000 kr

15%
vid köp för minst
500 kr

Shoppa och få 15-25%
WEBBKOD: AUG20

Upp till 25% rabatt på åhlens.se
Idag och imorgon 25-26/8 får du som medlem 15-25% på ett helt köp. Ju mer du handlar desto mer rabatt får du! Gäller med webbkod AUG20 på åhlens.se innan kl. 23:59.

SHOPPA NU >>

Shoppa nytt till hemmet
15-25% på åhlens.se

Åhléns
Lakan Smart, 240x250 cm 229,-

Åhléns
Tvättorg, Skänk 44x30x53 cm 199,-

Åhléns
Sittdyna BILL 40x40 cm 199,-

Arabia
Mumimugg 30 cl 249,-

SHOPPA NU >

Shoppa höstmode
15-25% på åhlens.se

Carlo Wester
Topp STORM 249,-

Wera
Byxor 499,-

Carlo Wester
Kjöl BILLIE 499,-

Åhléns
Linne 79,-

SHOPPA NU >

Rekommenderat för dig

Clarins
Liquid Bronze Self Tanning, 125 ml 305,-

Antonio Axu
Dry Shampoo Blonde Hair 149,-

På grund av nuvarande läge har vi tillfälligt ökat
öppettider och bilageregimen i vissa av våra varuhus.
Du kan se hur det påverkar ditt lokala varuhus här >

Bästsäljarmodell för mode tar fram lokalt trendande artiklar inom dammode

Rekommendationsmotor för Skönhet tar fram personaliserade rekommendationer inom skönhet

ÅHLÉNS

Åhléns marketing automation

Transaktionsmail

Short pick

Förändring av din order
(ex varan finns ej kvar)

Order confirmation

Vi har tagit emot
beställning

Pick up notification

Din beställning redo att
hämtas

Click and Collect

Påminnelse beställning
finns att hämta på ditt
VH

Delievery status

Order snart på väg



Delievery confirmation

Order har skickat

Late delivery

Order är försenad

Return confirmation

Din retur har kommit
fram

Product review

Vad tyckte du om ditt
köp?

Kundlivscykeln

Registerd email offer

20% valfri vara (VH + Ecom) Kund som ej angav e-post vid registrering men nu registrerat. Har ej fått välkomsterbudandet.

TBD Decreasing customers antichurn

Prioriterat från värdesegmentering

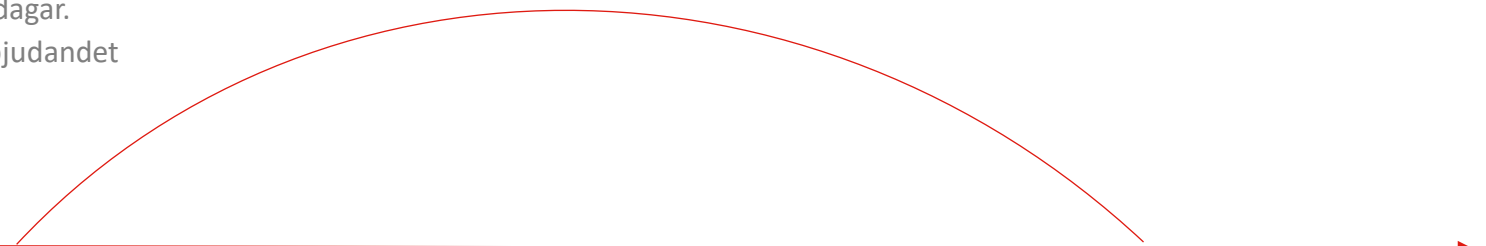
Welcome

new member email

Bekräfta e-post
+ 1 påminnare)

Welcome offer

XX% valfri vara (VH + Ecom). Kund som blivit medlem senaste 7 dagar.
Påminnare 3 dagar innan erbjudandet går ut.



Email in quarantine

SMS, försökt att skicka e-post men ej nått fram.

Missing Civic number

Felaktiga personuppgifter vid registrering. Skickas via e-post eller sms

Trigger after 1st buy ecom

XX% vid köp >XXX:-
(Ecom specifikt). Kund som gjort sitt första köp på Ecom 7 dagar sedan. Påminnare 2 dagar innan erbjudandet går ut.

Trigger 2nd buy

Trigga till ett andra köp.
Inspirerande innehåll
bästsäljare

No email open >6 mon

Ej öppnat + ej köpt senaste 12 mån
Ej öppnat men köpt senaste 12 mån (4% openrate)

Winback

25% valfri vara från Skönhet/Hem (Gäller alla VH, ej ecom). Kund ej handlat >367 dagar

Winback



Vi saknar dig

Kom ihåg ditt personliga erbjudande! Du är viktig för oss och från att du gjorde ditt senaste köp har vi fyllt på med ännu fler populära varumärken inom skönhet och heminredning. Du får därför 25% på valfri vara. Logga in på åhléns.se eller säg till i kassan när du shoppar i varuhuset för att ta del av erbjudandet. Gäller tom <%var today = new Date(); var expire_in_X_days = 5; today.setDate(today.getDate() - expire_in_X_days); document.write(formatDate(today, "%d/%m");)%>.

SHOPPA NU >>

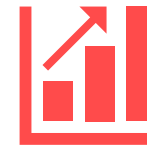
Varje dag



Inte köpt senaste
367 dagar



Påminnelse
ej nyttjat
erbjudandet



29% open
0,7% conversion

ÅHLÉNS

Händelsestyrd kommunikation



First Bonus

Du har fått din första bonus



Birthday

20% valfri vara
(Ecom specifikt). Kund fyller år idag



New member level

Grattis till fler förmåner.
Kund fått högre medlemsnivå



Abandoned basket

Övergiven kundkorg



Member level drop down

Kund fått lägre medlemsnivå
ex pga. retur



Forgot password

Återställ lösenord



Close to next level

Bara XX kr kvar till nästa nivå .



Product back in stock

Produktbevakning



Bonus

Du har en outnyttjad bonus



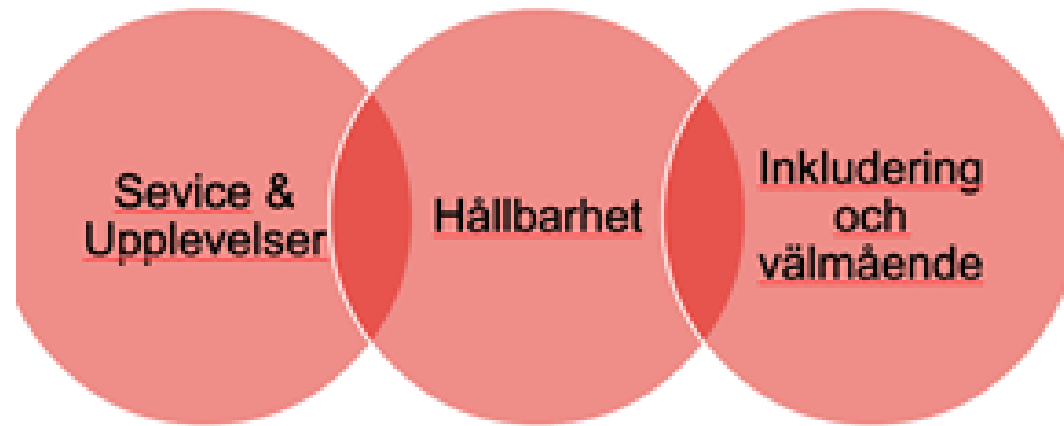
Opt in childrens Communication

Tack för opt-in på kommunikation för
barn . XX% helt köp barnkläder

ÅHLÉNS

Åhléns CRM framåt

Medlemsprogrammet framåt



ÅHLÉNS

Fortsättning framåt Värdesegmentering

Dolda nivåer – internt arbetssätt

- Vi använder värdesegmentering kombinerad med övriga segmenteringsmodeller och kundlivscykeln för att bygga relevans och för att säkerställa prio och fokus
- När vi jobbar med aktiveringar för att flytta kunderna uppåt i pyramiden
- Surprise & delight aktiviteter för att belöna rätt kunder

Nästa steg:

- Bearbetningsplan/segment med fokus på att driva upsell/cross sell och öka kundnöjdheten

Ny våren 2021



Fortsättning framåt Hybridsegmentering

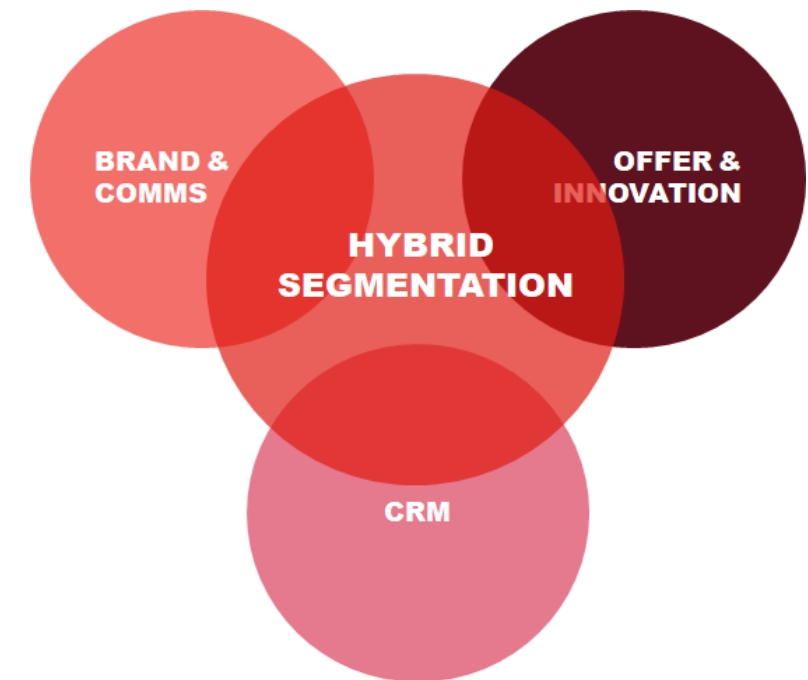
Ny hösten 2021

Syfte

Vi vill få, behålla och utveckla kunder genom en gemensam syn på vem kunden är.

Vad är Hybridsegmentering?

1. Vi skapar kundsegment utifrån beteende data (transaktionshistorik) och kombinerar detta med data kring behov och drivkrafter (primärdata)
2. Vi kombinerar datan med 3:e partsdata (extern data)
3. Vi lär oss förstå behov, beteenden och drivkrafter som kunden har för att skapa långsiktig lönsamhet

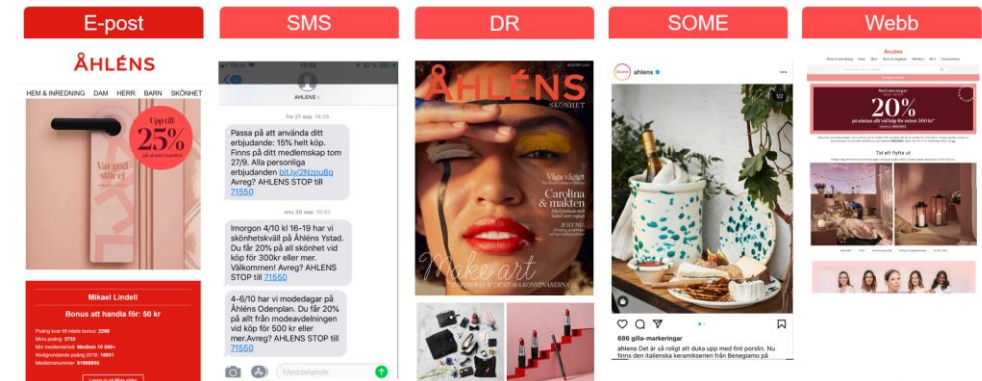


Fortsättning framåt

Viktiga fokusområden

- Fortsatt utveckling av medlemsprogrammet - Fokus på personalisering, utgå från kunden och bli ännu mer träffsäkra i vår kommunikation, testa testa testa
- Kontaktpolicy - Vad innebär utökat antal marketing automation slingor i kommunikationstillfällen/kund?
- Kartlägga kundresor mellan Åhléns samtliga kanaler- way of working och agilt arbetssätt
- CLV tas fram- prediktiv modell för framtida kundlivsvärde för fokus på rätt kund
- Nytt MA system- möjliggör kundfokus och relevans i fler kanaler tex webb beteendedata i kunddatabasen, ny datakälla

Kanaler framåt



ÅHLÉNS

A fashion photograph featuring two models from the waist down. The model on the left is wearing a bright orange velvet suit with wide-leg trousers and a matching jacket, holding a small red clutch bag. The model on the right is wearing a red suit with white vertical stripes on the jacket and solid red wide-leg trousers. They are standing on a red carpet in front of a red curtain. The text "Frågor och diskussion" is overlaid in the center in white.

Frågor och diskussion

ÅHLÉNS