

Case Study

Autohaus Gruppe Spindler: Mit Maitastic zum ganzheitlichen Unternehmensauftritt

Langfristiger Erfolg durch E-Mail-Signatur-Marketing

Hintergrund: Der Kunde

Die Autohaus Gruppe Spindler ist mit insgesamt elf Betriebsstätten in Würzburg, Kitzingen sowie Kreuzwertheim und rund 630 Mitarbeitern eine der größten Automobilhandelsgesellschaften in Mainfranken. Sie wurde 1919 gegründet. Ihre Hauptgeschäftstätigkeit liegt im exklusiven Vertrieb und Service der Marken Audi, Volkswagen, VW Nutzfahrzeuge und ŠKODA. Die Gruppe gehört damit zu den Top 60 Autohändlern in Deutschland. Laut Digitalindex gelten sie zudem als eines der führenden Autohäuser, wenn es um das Thema Digitalisierung geht. Eines ihrer digitalen Tools im Marketing: Maitastic.

„E-Mails werden sowieso geschrieben, hier nicht anzusetzen, wäre vergeudetes Potenzial.“

Daniel Weigel
Marketing Specialist,
Autohaus Gruppe Spindler



Die Herausforderung: Von der Vielfalt zur Einheit

Für Daniel Weigel, Spezialist für Digitale Medien und Teil des Marketing-Teams von Spindler, war die Zeit gekommen, den nächsten Schritt im digitalen Marketing und bei der Schaffung eines einheitlichen Unternehmensauftritts zu gehen: die Professionalisierung der Signatur. „Das Thema Signaturen stand zwar schon auf unserer Agenda, wurde aber nicht ausreichend verfolgt. Mitarbeiter gestalteten ihre Signaturen nicht einheitlich und es gab kein System, um zu prüfen, ob wir als Einheit nach außen auftreten“, verrät Weigel. Zudem wurde mit der alten Signatur für den Marketingexperten Werbe potenzial

verschenkt: „Produkte, Events und weitere Aktionen, die über Banner in der Signatur kommuniziert werden können, fehlten.“ Das primäre Ziel des Unternehmens war es, dieses fehlende Sales-Potenzial auszuschöpfen. Heute steht für Weigel fest: „Vielen ist der Einfluss, der von der Signatur ausgeht, nicht bewusst. Das muss sich ändern. Die E-Mail geht sowieso raus, ob mit oder ohne Werbung. Mit sticht man aus der Flut an E-Mails heraus.“

Die Ziele:

- 1 Vereinheitlichung des Auftritts nach außen
- 2 Ausschöpfung des Marketing-Potenzials
- 3 Zentrale Steuerung der Daten
- 4 Messbarkeit schaffen

Die Lösung: Ein ganzheitlicher Ansatz

„Der Geschäftsführung war die Umsetzung wichtig. Es hat von Anfang an jemand von oben den Finger draufgehalten. Wir sind bei unserer Suche nach einer Lösung dann schnell auf Mailtastic gestoßen“, erinnert sich Weigel. Für das Team um den Experten war ein wesentlicher Aspekt bei der Wahl des richtigen Tools, die geschalteten Kampagnen auch auswerten zu können. Nachdem sie Mailtastic kennengelernt hatten, entschieden sie sich deshalb gegen einen anderen Anbieter für die Signaturverwaltung und implementierten das ganzheitliche Mailtastic-System. Durch die Einführung von

„Die Oberfläche von Mailtastic ist sehr einfach und intuitiv gestaltet. Auch jemand, der noch nicht damit gearbeitet hat, versteht auf Anhieb die Bedienung.“

Daniel Weigel
Marketing Specialist,
Autohaus Gruppe Spindler



Mailtastic konnte weitaus mehr als eine CI-konforme Signatur geschaffen werden. Auch Defizite in der Datenstruktur konnten entdeckt und beseitigt werden. „Unsere Datenpflege hat nicht gestimmt. Die Titel der Mitarbeiter wurden auf unterschiedliche Weise kommuniziert. Hier mussten wir zunächst für Ordnung sorgen“, erklärt Weigel. Neben der Bereinigung der Daten musste aber auch entschieden werden, welche Banner wirklich relevant sind: „Wir mussten uns fragen, welche Angebote wir an unsere Kunden kommunizieren sollen. Mailtastic hat uns hierbei geholfen, die Signatur an den Empfänger zu koppeln und damit bei einem einheitlichen Auftritt individuelle Kampagnen zu erstellen.“ Die Vielfalt der einzelnen Abteilungen im Unternehmen ging so nicht in der Einheit der Signatur verloren. Sie wurde dem Zweck entsprechend mit unterschiedlichen Bannern und damit unterschiedlichen Botschaften und Angeboten versorgt.

Heute ist Mailtastic für Spindler ein reguläres Tool des Kampagnen-Managements und die Signatur gehört ebenso zu den Marketingkanälen wie Social Media oder die Webseite.

Mit Mailtastic konnte Spindler ...

- ✓ seinen Auftritt nach außen professionalisieren.
- ✓ ein einheitliches Datenmanagement etablieren.
- ✓ in einem Monat 106.000 Impressions generieren.
- ✓ seine Streuverluste mindern.
- ✓ nachvollziehbar mehr Umsatz generieren.

Ein Gewinn intern und extern

„Um unsere Kampagnen im Blick zu behalten, reicht es, wenn ich mich etwa zehn Minuten täglich mit Mailtastic beschäftige“, freut sich Weigel. Zehn Minuten, die nicht nur bei den Kunden ins Gewicht fallen. „Auch unsere Mitarbeiter kommen mit positivem Feedback auf uns zu. Es ge-

fällt ihnen, dass sie durch die Banner auf Themen aufmerksam gemacht werden, die sie vorher nicht wahrgenommen haben“, weiß Weigel. Denn was sonst in E-Mails und Newslettern gerne übersehen wurde, ist laut Marketing-Experten in der Signatur nicht mehr zu übersehen. Neben dem Geben von positivem Feedback, kommen die Mitarbeiter aber auch auf sie zu, um gezielt Themen zu kommunizieren, die für sie wichtig sind. „Das ist eine sehr wichtige Entwicklung für uns, da wir hier Einblicke in die einzelnen Abteilungen erhalten und die Themen auch für das weitere Marketing einsetzen können. Diese Impulse helfen uns dabei, uns ganzheitlich weiterzuentwickeln“, erklärt Weigel. Die Klicks der Kunden verraten ihnen dann, welche Marken und Themen wiederum wichtig für sie sind: „So können wir Trends rechtzeitig erkennen und unsere Strategie darauf auf- und ausbauen.“

„Bei Mailtastic geht es nicht nur um Präsenz, sondern darum, gezielt Kunden anzusprechen und einen Bedarf zu wecken.“

Daniel Weigel
Marketing Specialist, Autohaus Gruppe Spindler



Eine effektive Kommunikation

„Natürlich sprechen uns auch die Kunden auf die Banner an. Das zeigt uns, dass sich der Einsatz lohnt“, weiß Weigel und führt weiter aus „Mit Mailtastic ist es uns gelungen, eine unaufdringliche und effektive Kommunikation von Themen und Kampagnen zu etablieren. Die E-Mail ist zudem oft der erste Berührungspunkt nachdem beispielsweise ein Verkaufsgespräch stattgefunden hat – ein wichtiger Kanal für den Abschluss des Geschäfts. Es ist deshalb wichtig, professionell und einheitlich aufzutreten und von Anfang an den richtigen Eindruck beim Kunden zu hinterlassen.“ Nicht zuletzt würden die Kun-

den auch auf Aktionen und Produkte aufmerksam gemacht, an die sie vorher vielleicht gar nicht gedacht hätten, wie den Kauf von Winterreifen. Für Weigel eine Win-win-Situation, die ganz im Sinne der Geschäftsführung ist:

„Spindler hat über die Signatur einen Kanal geschaffen, der ohne Streuverluste die Botschaft dort kommuniziert, wo sie ankommen soll: beim Kunden.“

Das schätzt Daniel Weigel an Mailtastic besonders:

- ✓ Das Ausrollen über alle Abteilungen
- ✓ Die Möglichkeit zur schnellen Anpassung der Daten
- ✓ Das fließende Einstellen der Kampagnen
- ✓ Die einfache Bedienung des Tools
- ✓ Die Anpassung der Kampagnen nach Abteilungen
- ✓ Die transparente und schnelle Kundenkommunikation

So macht Spindler E-Mail-Signatur-Marketing

Neben einer einheitlichen und professionellen Unternehmens-Signatur im Corporate Design setzt Spindler auf gezielte Signatur-Kampagnen. In der Regel gilt: je relevanter der Inhalt einer Kampagne für die anvisierte Zielgruppe ist, desto höher die Erfolgsaussichten. Spindler überzeugt mit einem Mix sehr spezieller Kampagnen. Auf der folgenden Seite sehen Sie einige Beispielkampagnen, die in verschiedenen Abteilungen und für unterschiedliche Zielgruppen ausgespielt wurden.

Spindlers Kampagnen-Vielfalt

Viele Grüße

Daniel Weigel
Marketing | Digitale Medien

spindler
WILKOMMEN BEIM BESTEN TEAM

Autohaus Gruppe Spindler
Hamburger Straße 126a
97076 Würzburg

Telefon: 01234 5678 90
Fax: 01234 5678 90
E-Mail: m.mustermann@spindler-gruppe.de
Website: www.spindler-gruppe.de

f
t
i



DU WILLST VOLLGAS GEBEN?
Deine Ausbildung.

Jetzt für 2019 bewerben

NEU SPINDLER ONLINE SHOP

20% Rabatt auf Gummi-Fußmatten

Jetzt entdecken!



Impulse für Zusatzgeschäfte

Spindler generierte mit diesem Banner in einer Woche 94 Klicks auf das Fußmatten-Angebot.

RÄDER-WECHSELZEIT

Jetzt Termin vereinbaren!



Kommunikation aktueller Themen

Mit dieser Kampagne wurde unaufdringlich auf den Reifenwechsel-Service aufmerksam

BLACKWEEK

Bis zu 50% auf ausgewählte Artikel

Alle Produkte >



Raum für E-Commerce

Bei dieser Kampagne führten 3,3% aller Klicks zu einem Kauf im Online-Shop (Vergleich: Google lediglich 2,3%).

WIR SUCHEN DICH

ARBEITGEBER-WECHSEL PRÄMIE 1.919,- EUR

Jetzt bewerben!

Kfz-Mechatroniker, Kfz-Service Techniker
Fahrzeuglackierer & Karosseriebauer (m/w/d)



Suche nach Fachkräften

Die Kampagne wurde in zwei Wochen 36.342 Mal angezeigt und 183 Mal angeklickt.

Zusammenfassung

Für Spindler hat sich die Implementierung von Miltastic vielfach ausgezahlt. Ob intern durch die Vereinheitlichung der Daten, die Etablierung eines professionellen Datenmanagements und den Erhalt von Erkenntnissen über die einzelnen Abteilungen oder extern durch ein professionelles Erscheinungsbild, die Minderung von Streuverlusten, die gezielte Ansprache von relevanten Kunden und der Steigerung des Umsatzes.

„Die Signatur könnte tatsächlich der am meisten unterschätzte Marketing-Kanal sein, den man hat. Denn er wird noch selten genutzt.“

Daniel Weigel
Marketing Specialist, Autohaus Gruppe Spindler



Über Miltastic

Miltastic ist eine Plattform, mit der Unternehmen die tägliche E-Mail-Kommunikation der Mitarbeiter in einen starken und messbaren Marketing-Kanal verwandeln.

Mit Miltastic können Sie die E-Mail-Signaturen aller Mitarbeiter zentral verwalten und mit zielgruppenspezifischen Marketing-Kampagnen ausstatten. Reichern Sie Ihre Mailkommunikation mit relevanten und wertvollen Inhalten für Ihre Gesprächspartner an und machen Sie gezielt auf sich und Ihre Leistungen aufmerksam. Führende Unternehmen wie Würth Group, Hubert Burda Media, Matrix42, Basware, Von

Rundstedt, Actega, Umicore, Engel & Völkers, Deutsches Rotes Kreuz und viele andere, profitieren bereits von Miltastic als Signatur-Marketing-Lösung.

Gerne evaluieren wir gemeinsam mit Ihnen, ob und wie auch Ihr Unternehmen von Signatur-Marketing profitieren kann. Wir freuen uns auf Sie!

Sie erreichen uns jederzeit persönlich oder online:

+49 (0) 6131 633 86 58 | www.miltastic.com