

GK AIR Personalization bei DOUGLAS

360-Grad- Personalisierung für eine starke Kundenbindung



Über DOUGLAS

Die DOUGLAS Group ist Europas führender Omnichannel-Händler für hochwertige Beauty-Produkte. Mit einer über 200-jährigen Firmengeschichte ist DOUGLAS gegenwärtig mit den Marken DOUGLAS, Nocibé, Parfumdreams und Niche Beauty in 27 Ländern Europas aktiv. Sowohl in den rund 1.870 Stores als auf den E-Commerce-Plattformen steht für DOUGLAS ein ansprechendes und individuelles und inspirierendes Kundenerlebnis in den verschiedensten Beauty-Sortimentsbereichen im Mittelpunkt.

Herausforderung

Hochgradig personalisierte Inhalte, die automatisiert über die verschiedenen Kundenkanäle hinweg in Echtzeit ausgespielt werden

Die personalisierten Inhalte sollen verschiedene Anforderungen erfüllen

Verbesserung der User Experience und Abgrenzung vom Wettbewerb durch innovative, personalisierte Use Cases

Verknüpfung der Kundendaten von Onlinegeschäft & Filiale für optimale individuelle Kundenansprache

Strategisches Steuern der Personalisierungsstrategie, abgestimmt auf die Unternehmensziele differenziert für verschiedene Kanäle

Lösung

Personalisierte Customer Journey in Webshop, App und Newsletter

individuelle Push-Benachrichtigung durch 1:1 Personalisierung by GK AIR in der App

Umsetzung verschiedener innovativer Use Cases für Personalisierung, z.B. im Rahmen des DOUGLAS Beauty Profile, den Beauty Stories oder der Replenishment-Empfehlungen

Vielseitig konfigurierbares Empfehlungssystem, das alle Anforderungen berücksichtigt

Beauty Card ermöglicht das Einbeziehen der Einkaufsdaten der Kundinnen und Kunden in die Personalisierung der Online-Kanäle

Steigerung verschiedener Erfolgskennzahlen

Overview

Overview

Der Markt für Schönheits- und Körperpflegeprodukte in Europa ist hart umkämpft. Der Beauty-Experte DOUGLAS überzeugt online und in der Filiale mit einem inspirierenden Markenerlebnis und einem starken Sortiment – die kundenzentrierte Ausrichtung steht dabei klar im Fokus. Durch den Einsatz von GK AIR Personalization gelingt DOUGLAS die kanalübergreifende Inspiration mit personalisierten Services und datenbasierter Beratung.

Mehr als ein Jahrzehnt vertrauensvolle Zusammenarbeit

Die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt des Handelns der Beauty-Experten. Schon früh hat die DOUGLAS Group das Thema Echtzeit-Personalisierung als zukunftsweisendes Werkzeug und wichtiges Kundenbindungsinstrument erkannt. Bereits 2012 integrierte DOUGLAS die KI-Lösung GK AIR Personalization in den deutschen Onlineshop und angegliederte Newsletter.

Seitdem entwickelt das Unternehmen personalisierte Anwendungsfälle kontinuierlich weiter. Über aktuell elf Ländershops, Apps und den zugehörigen Newslettern werden kanalübergreifende Empfehlungen und individuelle Inhalte ausgespielt. Dabei setzt DOUGLAS auf verschiedene Szenarien beim Einsatz von Personalisierung, um seine Kundinnen und Kunden zu begeistern.

Relevanz als Kundenbindungsinstrument

DOUGLAS schafft eine starke Markenpräsenz durch diverse Marketingmaßnahmen und setzt hierbei insbesondere auf personalisierte Inhalte: „Wir geben unseren Kunden mit GK AIR Personalization die besten Produkt- und Content-Empfehlungen im Einklang mit unserer Beauty Expertise. Mit Hilfe von KI nutzen wir verschiedene Datenquellen aus dem Filial- und Onlinegeschäft um maximale Relevanz für die Kundinnen und Kunden zu erreichen. Das zahlt klar auf die Kundenbindung ein“, so Elisabeth Westendorf, Head of Product & Engagement bei DOUGLAS.

Solution



Rollout in elf Ländershops, den zugehörigen Apps sowie im Newsletter

GK AIR Personalization analysiert die Interessen der Kundinnen und Kunden auf Basis aktueller Verhaltensdaten sowie unter Einbeziehung historischer Transaktionsdaten und lernt in Echtzeit aus den Kundeninteraktionen. Für höchste Empfehlungsqualität sorgen selbstlernende Algorithmen, die sich in Echtzeit an das Verhalten der Konsumenten anpassen. Die KI-Lösung greift auf eine Bibliothek von KI-Algorithmen zurück, die auf 25 Jahren Forschung und Entwicklung basiert.

Nach dem initialen Einbau der Personalisierungslösung in 2012 im deutschen Onlineshop und Newsletter, wurde die Lösung aufgrund der sich positiv entwickelten Kennzahlen für die europäischen Ländershops in acht Sprachen sowie später in die zugehörigen Apps ausgerollt. Die Personalisierung erfolgt in den Onlineshops ent-

Solution

lang der Customer Journey auf der Homepage, den Produktseiten, im Warenkorb und der Add-to-basket Page, sowie auf der Nulltrefferseite und sogar der Errorpage. Hier können die Onsite- und CRM-Manager der DOUGLAS Group aus über 20 Empfehlungstypen wählen, die flexibel innerhalb der personalisierten Flächen eingesetzt werden. Mit Hilfe umfangreicher Filtermöglichkeiten der KI-Lösung gestaltet DOUGLAS das Auspielen der personalisierten Inhalte granular, z.B., um bei Bedarf dedizierte Marken und Produkte zu pushen.

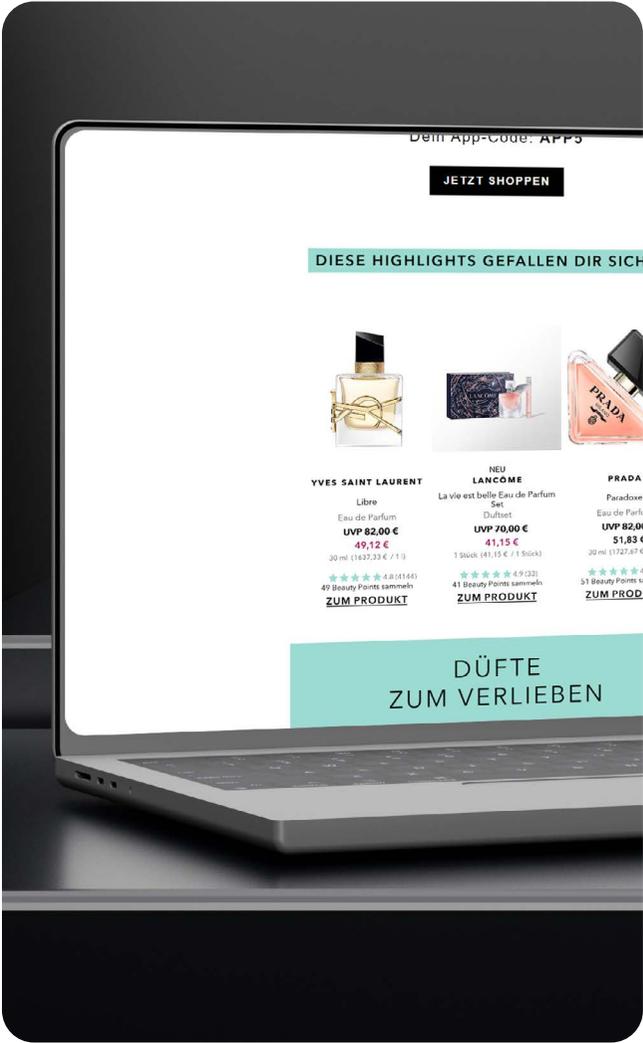
Kristina Hekmann, Product Owner Core Shop Experience bei DOUGLAS: „Für uns steht die strategische Steuerung der Personalisierungsstrategie im Einklang mit den Unternehmenszielen für die verschiedenen Kanäle im Vordergrund. Mit GK AIR Personalization haben wir das ideale KI-Tool für unsere Ziele im Einsatz. Der hohe Funktionsumfang und die verschiedenen Empfehlungsarten sorgen für größtmögliche Relevanz für unsere Kunden.“

Autarke Gestaltung der verschiedenen Newsletter-Formate

Die Newsletter-Empfänger des Omnichannelhändlers erhalten verschiedene Newsletter-Formate, in denen z.B. personalisierte Sale-Produkte zum Black Friday beworben werden. Auch persönliche Empfehlungen im Jubiläumsnewsletter oder der Push von Produkten im Rahmen von Marken-Newslettern sind fester Bestandteil der regelmäßigen Kommunikation. Jeder Newsletter kann von den CRM-Verantwortlichen bei DOUGLAS flexibel konfiguriert werden, so dass die Empfehlungen genau passen. So kann z.B. Einfluss auf die Rabattober- und -untergrenze von Produkten genommen werden. Die Konfiguration und Erstellung neuer Empfehlungslogiken für einen Newsletter wird von DOUGLAS regelmäßig gemeinsam mit dem GK AIR Team umgesetzt. Dieses Setup kann von DOUGLAS flexibel und für jedes Land individuell angepasst und eingesetzt werden.

Die Newsletter-Verantwortlichen wählen und kombinieren im Tagesgeschäft aus 30 Services mit unterschiedlichen Empfehlungslogiken (z.B. bezogen auf Produkt, Kategorie, Nutzer, Suchbegriff Topseller) und agieren dabei sehr flexibel. Die personalisierten Bereiche im Newsletter können ad hoc an aktuelle Anforderungen angepasst werden. Ein wöchentliches automatisiertes Reporting der KI-Lösung hilft DOUGLAS, den Erfolg der verschiedenen Services in den einzelnen Ländern auszuwerten.

Die individuellen Empfehlungen funktionieren auch im Newsletter in Echtzeit: Die KI erkennt die Interessen der Empfänger an bestimmten Produkten/Produktgruppen oder Inhalten und prognostiziert, welche Inhalte für die jeweilige Person am besten geeignet sind. Erst beim Öffnen der E-Mail werden die Inhalte tatsächlich generiert. So stellt DOUGLAS sicher, dass auch Kundenaktionen, die nach dem Versand des Newsletters in der Filiale oder online stattgefunden haben, in die Berechnungen einfließen.



Verknüpfung Onlinegeschäft & Filiale für eine nahtlose Einkaufserfahrung

Filial- und Online-Geschäft wachsen bei DOUGLAS immer stärker zusammen, denn die meisten Kundinnen und Kunden des Unternehmens bewegen sich in beiden Welten – online und in der Filiale. Um sie bei der personalisierten Ansprache genau dort abzuholen, wo sie sich gerade befinden, bezieht GK AIR Personalization auch die Einkäufe in der Filiale in Echtzeit in die Empfehlungsberechnung mit ein. So werden beim Einloggen in den DOUGLAS Onlineshop oder in die App mit der Identifikation über die DOUGLAS Beauty Card zusätzlich zu den bereits bestehenden personalisierten Bereichen individuell relevante Kategorie- und Produktempfehlungen ausgespielt. Mit den Einkaufsdaten aus der Filiale gelingt es DOUGLAS, die personalisierten Inhalte in den Online-Kanälen weiter zu optimieren und die Kundeninteraktion zu erhöhen.

GK AIR Personalization überzeugt in A/B-Tests

DOUGLAS testet regelmäßig bereits integrierte Technologien auf ihre Leistungsfähigkeit und Performance, so auch GK AIR. Ein A/B Test Ende 2020 bis Anfang 2021 testete die Leistung der Produktempfehlungen von GK AIR Personalization gegen die Produktempfehlungen eines Wettbewerbers. Das DOUGLAS-Team betrachtete insbesondere den Einfluss der Lösungen auf die Kennzahlen „Anzahl an abgeschlossenen Warenkörben“ und „Gesamtumsatz“. Im Ergebnis konnte GK AIR den A/B-Test mit signifikant besseren Werten für sich entscheiden.

Ein weiterer wichtiger Faktor für DOUGLAS ist die Zuverlässigkeit aller angebundenen IT-Systeme – u.a. die stabile Verarbeitung großer Datenmengen bei hohen Zugriffszahlen an umsatzstarken Tagen wie dem Singles Day oder Black Friday. „Mit GK AIR Personalization steht DOUGLAS eine

Anwendung zur Verfügung, die permanent und zuverlässig die Berechnung von durchschnittlich 45 Millionen Empfehlungen pro Tag in unseren Shops vollautomatisch und mit schnellen Antwortzeiten abwickelt. Durch die Automatisierung der Prozesse ergeben sich für uns zudem Zeit- und Kosteneinsparungen“, so Kristina Hekmann.

Innovative Use Cases für hochgradig personalisiertes Einkaufserlebnis

DOUGLAS optimiert bestehende Personalisierungsformate und entwickelt neue, inspirierende Einsatz-Szenarien. „Wir setzen GK AIR Personalization für zahlreiche Use Cases ein, um das Einkaufserlebnis so ansprechend wie möglich zu gestalten. Unsere Kunden erleben 1:1 Personalisierung innerhalb des jeweiligen Kundenkanals z.B. individuelle Beauty Stories Im Onlineshop oder personalisierte Push-Notifications in der App. Wir schätzen die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der KI-Lösung und die Beratung des GK AIR Teams hinsichtlich der Verwirklichung innovativer Personalisierungs-Szenarien,“ so Kristina Hekmann.

„Für uns steht die strategische Steuerung der Personalisierungsstrategie im Einklang mit den Unternehmenszielen für die verschiedenen Kanäle im Vordergrund. Mit GK AIR Personalization haben wir das ideale KI-Tool für unsere Ziele im Einsatz.“

Kristina Hekmann, Product Owner Core Shop Experience bei DOUGLAS

Maximale Relevanz mit dem DOUGLAS Beauty-Profile

Mit dem Beauty Profile bietet DOUGLAS seinen Kundinnen und Kunden aktiv die Möglichkeit, Angaben zu ihren Beauty-Vorlieben zu machen. Der Fragebogen in der App geht beispielsweise näher auf den Hauttyp, Unverträglichkeiten oder bevorzugte Marken ein. Diese Informationen fließen in die Berechnung der Inhalte und Empfehlungen ein und erhöhen die Relevanz für den App-Nutzer zusätzlich.

Dynamische Berechnung passender Wiederkauf-Zeiten

DOUGLAS-Kundinnen und -Kunden kaufen regelmäßig bestimmte Produkte, weil sie nach einer gewissen Zeit aufgebraucht sind, z.B. Cremes, Make-up oder Shampoo. Mit der Replenishment-Funktion von GK AIR Personalization erhalten sie zum richtigen Zeitpunkt relevante Produkt-Empfehlungen für die Artikel, die in der Zwischenzeit wahrscheinlich aufgebraucht wurden. Die

dynamische Berechnung der passenden Zeitpunkte erfolgt pro Produkt und Land auf Basis der Produkte in der Kaufhistorie des jeweiligen Kunden. Die Kundenresonanz kann so erhöht und der Einkauf vereinfacht werden.

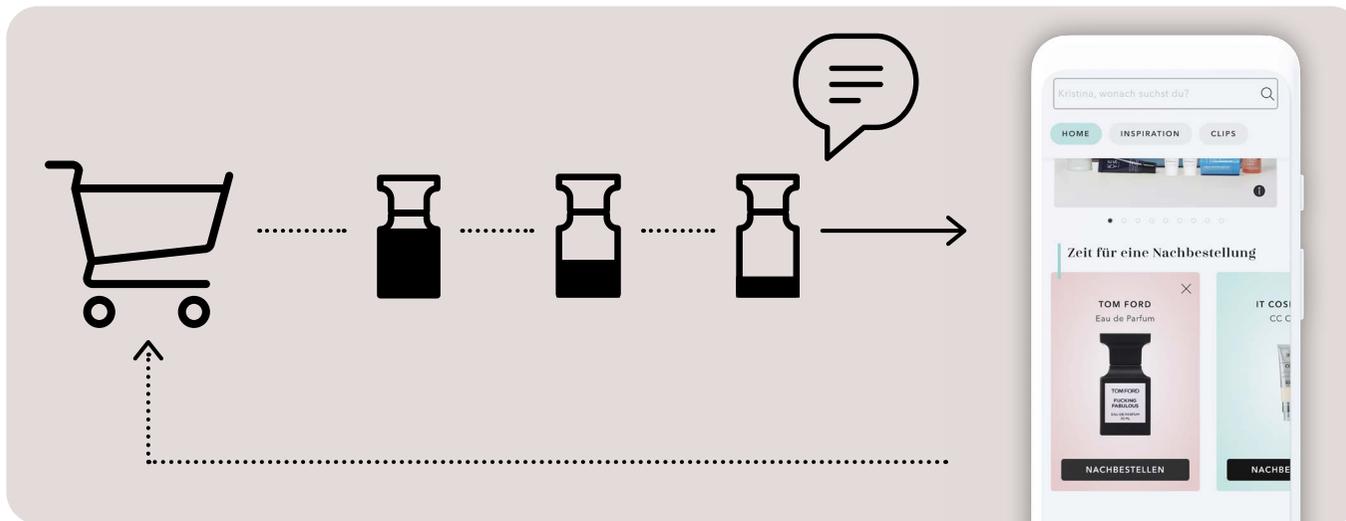
Individuelle Push Notifications in der App

Präsent sein und dies auch bleiben – die App ist die ideale Möglichkeit, über das Smartphone täglich mit den Kundinnen und Kunden zu interagie-

ren. Nutzerinnen und Nutzer, die die DOUGLAS-App mindestens 30 Tage nicht genutzt haben, werden von DOUGLAS mit einer Push-Nachricht mit relevanten Produktempfehlungen und passendem Text reaktiviert.

Inspirierende Beauty-Stories abgestimmt aus das jeweilige Kundeninteresse

Neben Produkten setzt die Beauty-Kette personalisierten Content ein, um Kundinnen und Kunden einen echten Mehrwert zu bieten. GK AIR Personalization berechnet hier die passenden „Beauty Stories“, also Beiträge rund um Pflege, Gesundheit und Beauty, auf Basis des Klick- und Kaufverhaltens der Onlineshop-Besucher. Dabei lernt die KI-Lösung die Zusammenhänge aus Produkt- und Content-Interaktion im Shop und kann so die passenden Beauty-Stories für jeden Kunden anzeigen.





Stetige Optimierung und Roll-Out für weitere Länder

DOUGLAS nutzt die integrierte A/B-Test-Funktion innerhalb der Benutzeroberfläche von GK AIR Personalization, um die eingesetzten Empfehlungslogiken in Onlineshop, App und Newsletter kontinuierlich zu optimieren. Der enge Austausch mit dem GK AIR-Team sorgt für eine effiziente Zusammenarbeit sowohl bei der Verbesserung bestehender Prozesse, der Integration neuer Use Cases als auch bei der Umsetzung weiterer Projektschritte: Die Anbindung weiterer Ländershops und der Ausbau des Replenishment-Use-Cases über alle Kanäle stehen aktuell auf der Agenda und werden kontinuierlich vorangetrieben.

+8,0%

Umsatz aus Empfehlungen
im deutschen Onlineshop¹

+5,7%

Conversion Rate
im deutschen Newsletter¹

+31,7%

Klick-Rate
im deutschen Newsletter¹

¹ - Durchschnittswert pro Jahr

Höhere Conversion Rate und Umsatz

DOUGLAS erzielt durch den Einsatz von GK AIR Personalisierung eine Verbesserung der Konversionsrate und eine Umsatzsteigerung. Die automatisierten Prozesse und die Standardisierung der Personalisierung in Onlineshop, App und Newsletter reduzieren den manuellen Aufwand des DOUGLAS-Teams bei der Planung und Umsetzung der jeweiligen Empfehlungsstrategie. „Durch die kanalspezifische Platzierung und Auswertung der Produktempfehlungen für Desktop, Mobile und App sind wir flexibel und schnell in der Optimierung der ausgespielten Inhalte. Die Qualität der 1:1-Personalisierung überzeugt uns seit über 12 Jahren – so steigern wir die Conversion Rate und den Umsatz“, fasst Kristina Hekmann von DOUGLAS zusammen.

GK Software SE

Waldstraße 7

08261 Schöneck

Germany

P +49 37464 84 - 0

F +49 37464 84 - 15

info@gk-software.com

www.gk-software.com



© 2025 GK Software SE or a GK Software affiliate company. All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or for any purpose without the express permission of GK Software SE. The information contained herein may be changed without prior notice.

Some software products marketed by GK Software SE and its distributors contain proprietary software components of other software vendors. National product specifications may vary.

These materials are provided by GK Software SE and its affiliated companies ("GK Software Group") for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and GK Software Group shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for GK Software Group products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.

GK Software and other GK Software products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of GK Software SE in Germany and other countries.