

Case Study



Relevante Kaufanreize für den Supermarkt: Coop inspiriert Kunden durch individuelle Coupons

GK AIR Personalization bei coop



Quick facts

Herausforderung

- › Steigerung der Relevanz des Newsletters, der Klickraten und des Umsatzes
- › Erhöhung der Einkaufsfrequenz der Newsletter-Empfänger
- › Keinen negativen Einfluss auf den Deckungsbeitrag durch den Einsatz der Rabatt-Coupons erzeugen

Lösung

- › Analyse des Kaufverhaltens im Online-Supermarkt und im Store
- › Berechnung kundenindividueller Produktempfehlungen, die im Newsletter und im Onlineshop in Kombination mit einem Rabatt als individueller Coupon ausgespielt werden
- › 1:1-Personalisierung von höchster persönlicher Relevanz

Ergebnis

- › Höhere Einkaufsfrequenz der Kunden durch individualisierte Coupons
- › Höherer Nettoumsatz pro Warenkorb durch individualisierte Coupons
- › Die Verwendung der personalisierten Coupons hat keinen negativen Einfluss auf den Deckungsbeitrag

Was unser Kunde sagt:

„Durch den Einsatz von GK AIR Personalization erreichen wir eine starke Empfehlungsqualität unserer individuellen Coupons im Newsletter. Das spiegelt sich in der hohen Akzeptanzrate seitens der Empfänger wider. Die personalisierten Coupons haben nachweislich einen positiven Impact auf den Nettoumsatz, die Einkaufsfrequenz und auch auf den Deckungsbeitrag. Dank der engen Zusammenarbeit und der professionellen Unterstützung seitens des AIR Projektteams gelang es uns, das Projekt innerhalb kurzer Zeit zum Erfolg zu führen. Wir planen, die KI-Lösung in Zukunft auch für weitere spannende Use Cases in punkto Personalisierung einzusetzen.“

Frederik Mantel,
Leiter Omni-Channel Experience Solutions,
Coop (Genossenschaft)

Coop bietet personalisierte Coupons im Newsletter und im Onlineshop durch GK AIR Personalization und erhöht so den Umsatz und die Einkaufsfrequenz im Store und auf coop.ch.

Die Omnichannel-Plattform coop.ch ist Teil des international tätigen Schweizer Detail- und Großhandelsunternehmens Coop Genossenschaft mit über 91.000 Mitarbeitern weltweit. Der Onlineshop bietet Kunden eine Auswahl von mehr als 17.000 Produkten in den Kernsortimenten Lebensmittel, Weine, Haushalt, Tierwelt und Drogerie. Um seinen Kunden effektive Kaufanreize für den Online-Supermarkt zu bieten, setzt Coop auf sogenannte individualisierte Coupons. Die KI-Lösung GK AIR Personalization berechnet die Produkte für die Vouchers auf Basis des individuellen Kaufverhaltens jedes Kunden im Supermarkt und im Onlineshop.

Die Herausforderung

Neben den relevanten Produktempfehlungen in den verschiedenen Coop-Kundenkanälen, sollten auch im Newsletter Kaufanreize geschaffen werden. Durch den Einsatz von individualisierten Coupons, die individuell auf die Interessen des jeweiligen Newsletter-Empfängers zugeschnitten sind, sollte der Umsatz und die Einkaufsfrequenz im Online-Supermarkt erhöht werden, ohne dabei den Deckungsbeitrag negativ zu beeinflussen.

Die Lösung

Coop setzt seit vielen Jahren die KI-Lösung der prudsys AG | Member of the GK Software Group in mehreren Onlineshops ein. Bei der Berechnung der individuellen Produktempfehlungen wird das Kaufverhalten der Kunden analysiert. GK AIR Personalization bezieht dabei sowohl die Käufe aus dem Supermarkt als auch die Käufe im Onlineshop des Kunden mit ein. Die berech-

Meine Online Rabatte

Wenn Sie unseren Coop Supermarkt und/oder Wein Newsletter abonniert haben, erhalten Sie exklusive Rabatte auf von Ihnen bereits gekaufte Produkte (nur online gültig).

Produkt	Umsatz	Rabatt	Neuer Preis	Ursprünglicher Preis
Grana Padano ca. 270g	5,90	20%	4,70	5,90
Rummo Fusilli No. 48	2,70	20%	2,15	2,70
Fairtrade Orangensaft 4x1l	5,20	20%	4,15	5,20

neten Produktempfehlungen werden mit einem fixen Rabatt kombiniert und im Newsletter ausgespielt. Durch die positive Resonanz auf die individualisierten Coupons steigerte Coop die Zahl der ausgespielten individuellen Coupons pro Newsletter im Projektverlauf weiter.

Das Ergebnis

Der positive Effekt des Einsatzes der individuellen Coupons wurde in einem einmonatigen A/B-Test seitens Coop nachgewiesen. Die Coupon-Empfänger erreichten im Vergleich zur Kontrollgruppe ohne personalisierte Coupons einen höheren Nettoumsatz und eine gesteigerte Einkaufsfrequenz, ohne dass die Rabattwerte negativ auf den Deckungsbeitrag einwirkten. Der Einfluss der personalisierten Coupons auf das Online-Einkaufsverhalten der Coop-Kunden wird insgesamt als sehr positiv bewertet.



Case Study

prudsys AG

Member of the GK Software Group

Zwickauer Straße 16
09112 Chemnitz
Deutschland

T +49 371 27093 - 0

F +49 371 27093 - 90

info@prudsys.com

air.prudsys.com

© 2022 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.