CASE STUDY

Sparer tid og penger samtidig som vi setter våre medlemmer og kunder først!

Møt NAF
Norges Automobil Forbund.

NAF er Norges største medlemsorganisasjon med over 500 000 medlemmer og 250 000 kunder. NAF tilbyr veihjelp, EU-kontroll og forsikring. De har egne bilverksteder og driver online/offline magasinet Motor, med artikler og forbukertester.

NAFs utfordringer

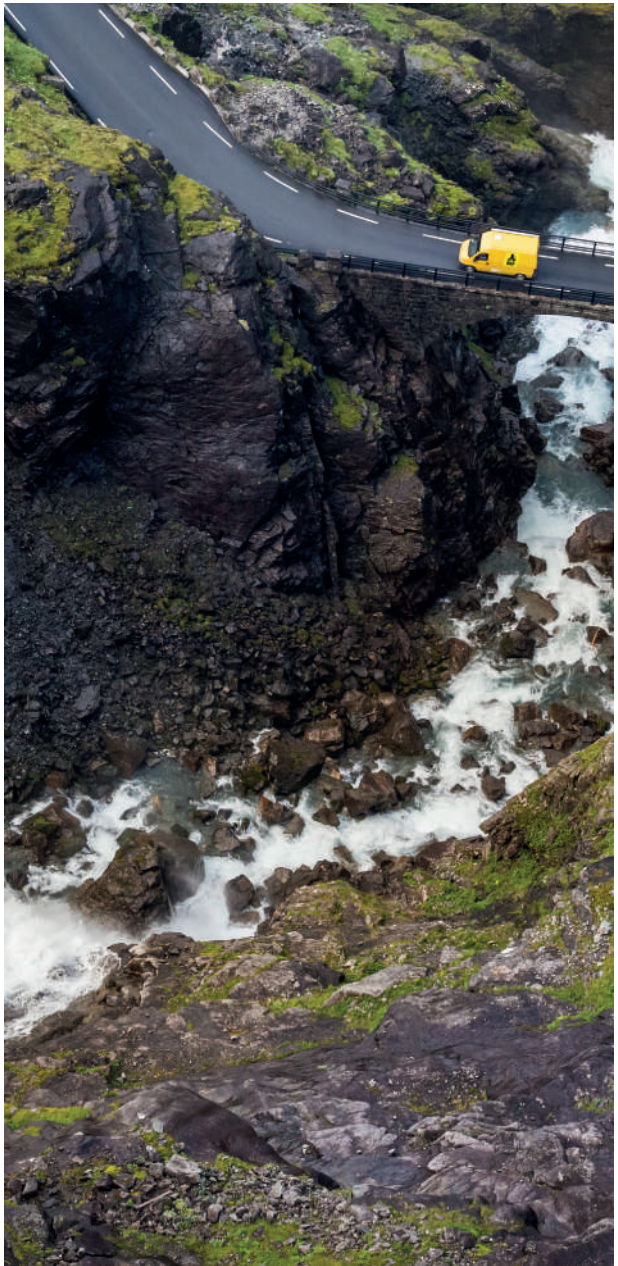
NAFs CRM-team sitter sentralt i organisasjonen og er ansvarlige for all digital kundedialog på vegne av hele selskapet, med minst 40 kampanjeløp som går kontinuerlig. NAFs data er lagret i forskjellige, ikke-integrerte systemer. Dette krever betydelig planlegging og daglig, manuell håndtering av data. CRM-teamet kjente at en grense var nådd! De kunne ikke påta seg nye kundeaktiviteter og heller ikke fokusere på optimalisering av eksisterende kampanjer for å nå sine mål og vokse som selskap. NAF behøvde et system som kunne forenkle segmentering, planlegging og styring av kundeaktiviteter. System og verktøy måtte integreres og manuelle oppgaver måtte automatiseres.

Overordnede mål & krav

- Automatisering - redusere tid brukt på manuelle oppgaver
- Øke omsetningen - selg riktig produkt til rett kunde
- Øke lojaliteten via relevant, handlingsdrevet dialog
- Levere konsistent kundeopplevelse på tvers av kanaler

År 1 definerte mål

- Rekruttere nye medlemmer
- Øke omsetning på produkt og service
- Øke fornyelse av medlemmer



Løsning

NAF valgte Oracle Eloqua som deres Marketing Automation plattform. Engagement Factory integrerte plattformen til NAFs CRM, nettsteder og til deres egne data varehus. NAF koblet også på Engagement Factorys' Email Editor for å gi redaktørene på Motor.no et enkelt brukegrensesnitt. Ved hjelp av Email Editor kan de på en enkel måte lage og publiserer nyhetsbrev uten å selv logge inn i Eloqua plattformen. Engagement Factorys' sms connector ble lagt til for å kunne kommunisere med medlemmer og kunder også via sms, dette var et viktig krav fra NAFs side.

Resultat

Det første vi gjorde for NAF var å flytte over alle pågående kampanjer till Oracle Eloqua-plattformen for å aktivere automatiske kampanjeløp. Dette resulterte i massiv besparing av tid, slik at CRM-teamet kunne fokusere på å optimalisere eksisterende kommunikasjon og sette igang nye prosjekter. Engagement Factory hjalp NAF med å automatisere hele Velkomstløpet, som er designet for å oppfordre nye medlemmer til å utnytte sitt medlemskap. Tid brukt til å administrere denne kampanjen gikk fra 20 til 2 timer i måneden. Vi reduserte også kostnadene ved å bruke SMS i stedet for å sende ut DM til de som ikke kunne nås via e-post.

Ett av de nye kampanjeprosjektene, som CRM-teamet nå kunne fokusere på, oppfordrer besøkende til naf.no å registrere seg for å bli medlem. Segmentet inneholder besøkende til sider på naf.no som indikerer et genuint intresse. Denne kampanjen ble lansert i Januar 2018 og resultatene viste snart en respons på 27 %!

Videre opprettet NAF en annen triggerbasert kampanje som oppfølging av avbrutte bestillinger av EU-kontrollen. Medlemmer som starter en bestilling, men av en eller annen grunn ikke fullfører den, legges inn i en kampanje som sender kommunikasjon gjennom en annen kanal 1 time senere. I januar 2018 sendte NAF denne kommunikasjonen til medlemmer som hadde avbrutt sine bestillinger og vant tilbake 51% av dem!

"Vi har automatisert en oppfølging av avbrutte EU-kontrollbestillinger på naf.no - Vi vant tilbake 51%. "

Trine-Lise Olsson | CRM Manager, NAF

Garantiutløpstesten var en annen tidkrevende kampanje for NAF. Tidligere ble denne kampanjen kommunisert via bare en kanal og den underpresterte. Målet med kampanjen er å oppfordre medlemmer og kunder til å bestille en garantiutløpstest for sine biler, før garantien løper ut. Ved å endre segmentet til å bare omfatte de som, ved prediksjon, bør være kvalifiserte for en utløpstest og kommunisere på tvers av kanaler, resulterte det i et høyere antall bestillinger og massiv besparing av tid.

"Siden lanseringen har vi sett en økning i omsetning, netto inntekt og direkte reduserte kampanjekostnader. "

Trine-Lise Olsson | CRM Manager, NAF

“Vi har økt salget av familiemedlemskap med 130% samtidig som vi har redusert tid brukt til å administrere kampanjen fra 12 timer til 10 minutter per måned. “

Trine-Lise Olsson | CRM Manager, NAF

We are Engagement Factory, a customer engagement agency to the core. With a focus on bringing together people, processes, data, content and technology, we help our clients transform into a customer-centric business. Delivering compelling experiences throughout the customer journey, we enable them to build long-lasting customer relationships. From our main base in the vibrant heart of Europe's tech hub, the Netherlands, we operate across the globe. Our international team empowers local support, from Sweden to South Africa – and everywhere in between.
For more information, visit www.engagementfactory.com

Begijnenhof 27a 5611 EK, Eindhoven | +31 40 28 700 29 | info@engagementfactory.com

©2018 Engagement Factory