

#DigitaleTransformation #MarketoEngage

Leinen los für die Marketingautomation: Hapag-Lloyd forciert Digitale Transformation mit Adobe

Global agierende Linienreederei setzt für die Marketingautomatisierung und hochpersonalisiertes E-Mail-Marketing auf Marketo Engage von Adobe – mit Erfolg:

- **Neu eingeführtes Kunden-E-Mail-Präferenzcenter generiert 280-prozentige Steigerung bei den Newsletter-Abonnements**
- **Personalisierte Kundenansprache erhöht die Newsletter-Öffnungsrate auf bis zu 30 Prozent**
- **Große interne Zeitersparnis durch Zentralisierung und Automatisierung von Prozessen**

München, 12. September 2019 – Die Linienreederei Hapag-Lloyd setzt bei ihrer Digitalen Transformation auf die Technologie- und Beratungsexpertise von Adobe. Im Mittelpunkt der partnerschaftlichen Zusammenarbeit stehen die globale Marketingautomatisierung und ein modernes High-End-E-Mail-Marketing mit umfangreichen Optionen zur Personalisierung, die mit der Adobe Lösung Marketo Engage realisiert werden. Die Bilanz kann sich schon heute sehen lassen: Seit Einführung der Engagement Marketing Plattform profitiert Hapag-Lloyd von einer großen internen Zeitersparnis durch die Zentralisierung und Automatisierung von Prozessen sowie von der personalisierten, relevanten und zeitnahen Kundenkommunikation in gezielten E-Mail-Marketing-Kampagnen. Allein durch das neu eingeführte E-Mail-Präferenz-Center und einem konsequenten Kundenfokus konnte die Anzahl an Newsletter-Abonnements um 280 Prozent und die durchschnittliche Newsletter-Öffnungsrate auf bis zu 30 Prozent erhöht werden.

„Durch Marketo Engage verstehen wir die Bedürfnisse und Interessen unserer Kunden besser und wissen, wann der richtige Zeitpunkt ist, mit unseren Kunden in persönlichen Kontakt zu treten. So können wir unsere Bemühungen ganz auf die Leads richten, die mit größerer Wahrscheinlichkeit konvertieren“, so Dr. Ralf Belusa, Managing Director Digital Business & Transformation bei Hapag-Lloyd. „Wir sind ein global aufgestelltes Unternehmen und entsprechend war es uns wichtig, dass wir mit Marketo Engage eine hochskalierbare Lösung für die Marketingautomatisierung einführen, die zugleich flexibel in der Handhabung bleibt. Digitale Transformation ist kein abgeschlossener Zustand, den es zu erreichen gilt. Sie ist für uns viel eher eine Kulturfrage und die Bereitschaft, sich fortlaufend neuen Herausforderungen anzupassen und diese zu meistern. Hierbei gehen wir mit Adobe einen großen Schritt nach dem anderen.“

„Hapag-Lloyd hat in den vergangenen Jahren einen beeindruckenden Wandel vollzogen, der die Hamburger Traditionsreederei zum weltweiten Vorbild ihrer Branche macht. Mit neuen digitalen Services und optimierten Prozessen entwirft das Unternehmen erfolgreich sein Business der Zukunft, was sich nicht zuletzt im Wachstum und der jüngsten Bewertung des Unternehmens widerspiegelt“, so Christoph Kull, Vice President und Managing Director Central Europe bei Adobe. „Mit der Implementierung von Marketo Engage setzt Hapag-Lloyd gemeinsam mit Adobe den nächsten Meilenstein ihrer Digitalen Transformation, um ein besseres Kundenerlebnis bereitzustellen und damit Kunden-Engagement und -loyalität zu stärken. Als Technologieanbieter, Partner und Berater stehen wir Hapag-Lloyd dabei eng zur Seite und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.“

Erhöhte Kundenzufriedenheit durch Transparenz, Aktualität und Relevanz

Die Digital Business & Transformation Unit von Hapag-Lloyd treibt die Digitalisierung innerhalb des Unternehmens unter der Leitung von Dr. Ralf Belusa fortlaufend voran. Ihre Mission lautet „By empowering digital transformation, we provide customer solutions to unleash the potential of the future logistics“. Im Fokus der kontinuierlichen Digitalisierung und Transformation entlang der Wertschöpfungskette steht dabei ganz klar der Kunde. In enger Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing gilt es, das gesamte Angebot und die dazugehörige Kommunikation auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten. Möglich wird dies durch Adobe Lösungen wie dem Content Management System Adobe Experience Manager (AEM) und der Marketing-Automation-Suite Marketo Engage. Mit Hilfe der Marketing Analytics Funktionen verfügt das Unternehmen über die nötigen Kunden-Insights, um seine Kommunikation weiter zu verbessern und für den Kunden noch relevanter zu werden. Sämtliche Prozesse zur ebenso gezielten wie erfolgreichen Umsetzung des E-Mail-Marketings wurden dazu auf der Marketo Plattform zentralisiert und gestalten sich heute deutlich effizienter. Das Ergebnis ist eine signifikant erhöhte Kundenzufriedenheit durch mehr Transparenz, Aktualität und Relevanz der Information, die sich nicht zuletzt in überdurchschnittlichen Öffnungs- und Klickraten widerspiegelt.

Hapag-Lloyd forciert Digitale Transformation mit Adobe

Über Hapag-Lloyd

Mit einer Flotte von 235 modernen Containerschiffen und einer Gesamttransportkapazität von 1,7 Millionen TEU ist Hapag-Lloyd eine der weltweit führenden Linienreedereien. Das Unternehmen ist mit circa 12.800 Mitarbeitern an Standorten in 128 Ländern in 399 Büros präsent. Hapag-Lloyd verfügt über einen Containerbestand von rund 2,6 Millionen TEU – inklusive einer der größten und modernsten Kühlcontainerflotten. Weltweit 118 Liniendienste sorgen für schnelle und zuverlässige Verbindungen zwischen mehr als 600 Häfen auf allen Kontinenten. Hapag-Lloyd gehört in den Fahrtgebieten Transatlantik, Mittlerer Osten, Lateinamerika sowie Intra-Amerika zu den führenden Anbietern.

Über Adobe

Adobe verändert die Welt durch digitale Experiences. Weitere Informationen erhalten Sie auch unter www.adobe.de, www.adobe.at oder www.adobe.ch.

Nützliche Links

- [Adobe Experience Cloud](#)

Adobe-Blog & Social Media-Accounts

- [Adobe Digital Experience Blog](#)
- [Twitter](#)
- [Facebook](#)
- [YouTube](#)

Pressekontakt

ADOBE SYSTEMS GmbH

Martin Moschek

Communications Manager, Central Europe

FAKTOR 3 AG

Christina Euripides

PR-Consultant

Tel: (0)40-67 94 46-6310

Fax: (0)40-67 94 46-11

E-Mail: adobe_mc@faktor3.de

<http://www.adobe-newsroom.de>