



# Klantcase

90% TIJDSBESPARING DOOR DATA-DRIVEN 1-1 (E-MAIL)TEMPALATE

KLM merkte dat ze steeds meer tijd kwijt waren aan de verzending van het IFly KLM Magazine, het internationale online reismagazine. Door een data-driven 1-1 e-mailtemplate werd een tijdsbesparing van 90% behaald.

“2bMore heeft uitgebreide ervaring en vakinhoudelijke kennis over e-mail- en dataprocessen die goed aansluit op onze eisen en wensen.”

“Ternair Campaign stelt ons in staat om al deze complexiteit te managen waarbij kwaliteit gegarandeerd is en de kosten beheersbaar blijven.”

Met een frequentie van acht keer per jaar worden abonnees met een e-mail op de hoogte gebracht van iedere nieuwe editie van het iFly KLM Magazine. De personalisatie van content (op basis van onder andere interesses, taal, tijdzones en type lidmaatschap), lastminute aanpassingen en deadlines maken dit erg tijdrovend en inefficiënt.

In 2015 kwam KLM bij 2bMore met de volgende vraag: “Hoe kan KLM zoveel mogelijk mensen op een efficiënte manier met e-mail informeren over het iFly KLM Magazine?”

### Data-driven template

Er werd een data-driven e-mailtemplate gebouwd. In plaats van een veelvoud aan losse e-mailings wordt nu een data-driven template gebruikt die rekening houdt met:

- 5 taalvarianten;
- 22 tijdzones;
- 230 landen met eigen URL's (landingspagina's);
- 2 lidmaatschappen (Flying Blue en Whitewing);
- 4 statusniveau's Flying Blue.

In Ternair Campaign worden e-mails op basis van het dynamische template opgebouwd en alle onderdelen worden gepersonaliseerd per land en taalcombinatie, tijdzones, en lidmaatschap. Campagnes worden volledig data-driven opgezet, ingepland en automatisch uitgevoerd.

### 10 miljoen ontvangers

KLM heeft, door een combinatie van slim inzetten van de verschillende databronnen en een specifieke inrichting van Ternair Campaign,

een tijdsbesparing van 90% gerealiseerd. Binnen een fractie van de oorspronkelijke tijd worden wereldwijd meer dan 10 miljoen mensen geïnformeerd over het nieuwe magazine.

### Over iFly KLM Magazine

Het award winnende iFly KLM Magazine van KLM en Born05 houdt passagiers geïnspireerd tussen vluchten. Met meer dan 10 miljoen lezers in meer dan 230 landen, is het digitale magazine voor KLM een retentietool om de connectie met klanten te versterken en hen te inspireren om de volgende keer te kiezen voor KLM.

Testimonial Marc Jansz, Customer Media Manager bij KLM Royal Dutch Airlines:

“Wij zijn een internationale marketingorganisatie en sturen het iFly KLM Magazine naar 10 miljoen klanten wereldwijd. Alles moet kloppen in de e-mails, deze moeten in een strak gereguleerd tijdschema verzonden worden om de loads op de servers te managen en binnen de lokale e-mailplanningen te passen. Ternair Campaign stelt ons in staat om al deze complexiteit te managen waarbij kwaliteit gegarandeerd is en de kosten beheersbaar blijven. 2bMore heeft uitgebreide ervaring en vakinhoudelijke kennis over e-mail- en dataprocessen die goed aansluit op onze eisen en wensen.”