

De kracht van Marketing Automation in de praktijk



# 90% tijdsbesparing door data- driven 1-1 e-mailtemplate(s)

## 90% tijdsbesparing door data-driven 1-1 e-mailtemplate(s)

Door gebruik te maken van een data-driven e-mailtemplate, heeft KLM een tijdsbesparing van 90% behaald. Binnen een fractie van de oorspronkelijke tijd informeert KLM wereldwijd meer 10 miljoen lezers in meer dan 230 landen over het nieuwe iFly KLM Magazine.

### Wereldwijde verzending

Met een frequentie van acht keer per jaar worden abonnees met een gepersonaliseerde e-mail op de hoogte gebracht van iedere nieuwe editie van het iFly KLM Magazine. KLM had de ambitie om dit magazine in twee extra talen te produceren zodat wereldwijde dekking mogelijk is. De personalisatie van content (op basis van onder andere taal, tijdzones en type lidmaatschap), last-minute aanpassingen en deadlines maken dit erg complex en tijdrovend. Met de bestaande tools en processen was dit niet haalbaar, omdat dit zou leiden tot een onverantwoord aantal productie-uren.

KLM kwam bij Ternair 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 e-mailtemplate

Ternair ontwikkelde een data-driven e-mailtemplate. In plaats van een veelvoud aan losse e-mailings wordt nu een dynamische template gebruikt die rekening houdt met: 5 taalvarianten; 22 tijdzones; 230 landen met eigen URL's (landingspagina's); 2 lidmaatschappen (Flying Blue en Whitewing) en 4 Flying Blue statusniveau's.

“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 stelt ons in staat om al deze complexiteit te managen waarbij kwaliteit gegarandeerd is en de kosten beheersbaar blijven. Daarnaast heeft Ternair uitgebreide ervaring en vakinhoudelijke kennis over e-mail- en dataprocessen die goed aansluit op onze eisen en wensen.”

**Marc Jansz**

**Customer Media Manager KLM Royal Dutch Airlines**



Met de Ternair Marketing Cloud worden e-mails op basis van het dynamische template opgebouwd waarbij alle onderdelen worden gepersonaliseerd per land en taalcombinatie, tijdzones, en lidmaatschap. In de campagne wordt onderscheid gemaakt tussen bestaande en nieuwe lezers van het digitale magazine. Geautomatiseerd, en rekeninghoudend met de verschillende tijdzones wordt een welkomstmail of initiële mail verstuurd.

### **Tijdsbesparing van 90%**

KLM heeft, door een combinatie van slim inzetten van de verschillende databronnen en een specifieke inrichting van Ternair, een tijdsbesparing van 90% gerealiseerd. Binnen een fractie van de oorspronkelijke tijd worden wereldwijd

meer dan 10 miljoen mensen in meer dan 230 landen geïnformeerd over het nieuwe magazine.

### **Over KLM**

KLM Royal Dutch Airlines is een wereldwijde luchtvaartmaatschappij gevestigd in Nederland. KLM heeft een breed mediaportfolio waaronder het iFly KLM Magazine, het award winnende, digitale reismagazine van KLM.

Het 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.



Think free. Build fast. Connect easy.

# Ook tijdsbesparing realiseren met data-driven e-mailtemplate(s)?



**Bel ons**

+31 (0)30 687 71 03



**Stuur een e-mail**

[interesse@ternair.com](mailto:interesse@ternair.com)



**Bezoek**

[ternair.com](http://ternair.com)