

Glow-Up: Sephora verdreifacht seinen Umsatz mit impact.com



Situation

Neue Grundlagen für Zeitmanagement und Akquise

Sephora wurde 1970 in Frankreich gegründet und träumte von Beginn an von etwas Großem. Das Ziel: eine internationale Beauty-Community zu schaffen. Das Unternehmen bietet seinen Kunden hochwertige Skincare Produkte, Markenkosmetik, fachkundige Unterstützung in ihren Stores und Anleitungen für die Benutzung ihrer Produkte an.

Die Strategie des Performance Marketing Teams von Sephora sah wie folgt aus: Paid Search und Social Media Marketing kombiniert mit einem fragmentierten Affiliate-Kanal, verteilt über verschiedene Länder und Regionen. Durch das fehlende Customizing, unübersichtliche Zahlungsabwicklungen und sich überschneidende Affiliate-Partnerschaften verlor das Team wertvolle Zeit und Ressourcen. Es war Zeit für eine einheitliche Partnermanagement Lösung.

Dadurch, dass Daten unter Verschluss gehalten und über verschiedene Account-Managern verteilt waren, verlor man leicht den Überblick.

Bei Sephora war man sich bewusst, dass Veränderungen vorgenommen werden mussten, um die bestehenden Affiliate-Partnerschaften zu verbessern und um neue zu akquirieren. Das Wachstum seiner Affiliate Partnerschaften und Beauty-Community stellte Sephora vor vier Herausforderungen:



Situation (*Forts.*)

Neue Grundlagen für Zeitmanagement und Akquise

1. Sephora war auf der Suche nach neuen Wegen, um seine **Partner über verschiedene Regionen hinweg zu managen**. Das Team brauchte zuverlässige Tracking und Reporting Tools, um die Performance seiner internationalen Partner auf einer einzigen Plattform zu optimieren.
2. Eine vereinfachte und effektivere Gestaltung des **Prozesses der Partnerakquise** könnte Sephora neue Türen öffnen. Die passenden Partner könnten erfolgreich dazu beitragen, Regional- und Nischenmärkte zu erschließen.

Sein vorheriges Partnerprogramm erschwerte jedoch die direkte Kommunikation und die Suche nach nicht-traditionellen Partnern. Das Team verließ sich auf manuelle Recherchen und Marktkenntnisse bei der Entdeckung und Akquise von neuen Partnern.
3. Sephora suchte nach verschiedenen Optionen für das **Contracting seiner Partnerprogramme**. Da jeder Partner, seinen Vertrag selbst aufsetzte, hatte das Team keinen Bearbeitungszugriff und Kontrolle über den Prozess.

Effektives Contracting war ohne Transparenz und den fehlenden Anpassungsoptionen unmöglich.
4. Ohne **detaillierte Reporting-Tools** hatte das Team von Sephora nur Zugang zu grundlegenden Metriken wie Klicks und Umsatz. Die Optimierung eines länderübergreifenden Netzwerks an Partnern erforderte jedoch transparentes Tracking und Reporting in allen Bereichen.

Über

Sephora

Dominique Mandonnaud revolutionierte im Jahre 1970 mit der Gründung von Sephora die Beauty Branche. Durch sein einzigartiges "open-sell" Konzept wurde dem Kunden ein neues Einkaufserlebnis geschaffen. Im Sortiment findet sich eine breite Palette an Produkten, aus den Kategorien Skincare, Make-up, Parfüm, Körper- und Haarpflegeprodukte - und das von klassischen und aufstrebenden Marken bis hin zu Eigenmarken. Heute verfügt Sephora über eine starke globale Präsenz im Beauty-Bereich.

Sephora, welches Teil von LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton ist, gehört zu den Vorreitern der Beauty-Branche. Die Brand erarbeitete sich ihre hervorragende Reputation dank ihres Sortiments an Prestigeprodukten, der unvoreingenommenen und fachkundigen Beratung ihrer Mitarbeiter, dem interaktiven Einkaufserlebnis und dem ständigen Streben nach Innovation.

Sephora betreibt etwa 1.900 Stores in 29 Ländern weltweit.





Lösung

Die richtige Partnermanagement-Plattform lässt Sephora in neuem Glanz erstrahlen

Mit dem Wechsel zu impact.com hat Sephora die perfekte Partnerplattform gefunden. Durch impact.com konnten alle Partner und Affiliates auf einer Plattform gemanagt werden. Gleichzeitig wurde eine einheitliche Grundlage und ein Workflow für das ganze Team geschaffen. Mit dem fachkundigen Support-Team und den Software-Lösungen von impact.com konnte sich Sephora auf seine Kernziele konzentrieren:

Länderübergreifendes Partnermanagement

Die Partnerplattform von impact.com wurde exakt für Herausforderungen wie jene von Sephora entwickelt. Sie gab dem Team einen gebündelten Überblick über seine internationalen Partnerschaften. Darüber hinaus trug die Plattform dazu bei, zuvor manuelle Prozesse wie die Genehmigung/Zulassung von Partnerschaften und das Aufsetzen von Verträgen zu automatisieren und so wertvolle Zeit und Ressourcen zu sparen. Sephora konnte auch die Performance der Partner effizient tracken und teilen. Es ergaben sich neue Möglichkeiten für verschiedene Partnerschaften, die nicht mehr separat in Silos gemanagt werden mussten.

Lösung (Forts.)

Die richtige Partnermanagement-Plattform lässt Sephora in neuem Glanz erstrahlen

Durch die einheitliche Partnerplattform werden Expansion und Wachstum in Zukunft nachhaltiger sein.

Discovery & Recruit

Das Performance Marketing Team von Sephora erweiterte sein Partnerportfolio durch die Discovery-Plattform von impact.com. Integrierte Kommunikationsfunktionen wie die Möglichkeit, Partner direkt über das Partnerprofil zu kontaktieren, ermöglichten es dem Team, den Recruit-Prozess deutlich zu beschleunigen.

Durch die Plattform von impact.com läuft jeder Schritt problemlos ab (und erspart die Nutzung von etlichen separaten Tools).

Die Discover-Funktion der Plattform halfen Sephora bei der direkten Akquise von nicht-traditionellen Affiliates. Damit schufen sie ein breit gefächertes Netzwerk an Partnern, bestehend aus Influencern, Affiliates und Content Creators.

Mit einem breiteren Spektrum an Partnern aus verschiedenen demografischen und sozialen Gruppen konnte Sephora mehr potenzielle Kunden ansprechen als zuvor.

Contracting

Nachdem Sephora angefangen hat impact.com zu nutzen, konnte das Team mühelos jeden Vertrag individuell anpassen und fein abstimmen. Flexible Contracting-Tools halfen Sephora, das Beste aus jeder Partnerschaft herauszuholen. Sie konnten sich den Bedürfnissen jeder Seite anpassen, mit bspw. Contracting auf SKU-Level und personalisierten Insertion Orders (IO) für jeden Partner.

Sephora vereinfachte auch den Prozess für dringende Verträge, so dass saisonale oder kurzfristige Werbeaktionen problemlos möglich waren.

Lösung (Forts.)

Die richtige Partnermanagement-Plattform lässt Sephora in neuem Glanz erstrahlen

Schnelles und flexibles Contracting ermöglichten es dem Team, intuitive Entscheidungen zu treffen, innovative Marketingstrategien zu testen und sich wechselnden Trends anzupassen.

Detailliertes Reporting

Vor der Zusammenarbeit mit impact.com, war es für Sephora schwierig, die Sichtbarkeit zu tracken, weshalb man detaillierte Daten von seinen Partnern benötigte. Durch die Reporting Tools bekam das Team Zugriff auf Reportings, die bis ins kleinste Detail gingen und Daten, die ihnen halfen, die Performance von Partnern und verschiedenen Segmenten zu optimieren. Detaillierte Kundenberichte halfen dabei, die Pläne von Sephora in die richtigen Bahnen zu lenken und gewinnbringende Partner und SKUs zu identifizieren. Dank impact.com konnte sich das Team von Sephora nun auf die leistungsstärksten Partner konzentrieren. Die Kundenakquise und die Zusammenarbeit mit den Partnern wurden einfacher und effektiver gestaltet.



Ergebnis

Die Verwaltung von diversen Partnern mit impact.com

Nach der Umstellung seines Partnermanagements auf die Plattform von impact.com konnte Sephora erhebliche Zeit- und Kosteneinsparungen verzeichnen. Das Team erhielt Zugang zu neuen Marketplaces, fand schnell passende Partner, verbesserte das Contracting und nutzte die Vorteile der Automatisierungs- und Reporting-Software von impact.com voll aus.

Nachdem Sephora impact.com beigetreten war, bauten sie ihre Partnerschaft mit [Shopback](#) (einem Unternehmen, welches Customer Loyalty Programme anbietet) aus. Dies führte zu einer Umsatzsteigerung, durch die Erhöhung von Engagement und Reach in verschiedenen Märkten.

Sephora nutzte die Reporting-Tools von impact.com, um die Performance seines Partners [Unidays](#) (einem Rabattportal für Studenten) erfolgreich zu optimieren. Dadurch konnten sie einen signifikanten Kundenzuwachs in der Zielgruppe der Studenten verzeichnen und gleichzeitig in andere Märkte expandieren.



\$7.4M

an Umsatz von
293 Partnern



3X

Umsatzwachstum
nach dem Beitritt
zu impact.com



101%

Steigerung des
Partnerwachstums
nach dem Beitritt zu
impact.com

Ergebnis (Forts.)

Die Verwaltung von diversen Partnern mit impact.com

Das Sephora-Team vertraut auf die Automatisierungs- und Support-Tools von impact.com, um mit mehr Content-Partnern und Influencern in Kontakt zu treten und nicht nur mit traditionellen Affiliates.

Das Partnerschaftsmodell gewinnt immer mehr an Bedeutung und impact.com liefert alle Tools für eine erfolgreiche Akquise und Zusammenarbeit.

Entdecke [impact.com's Partnermanagement-Plattform](#), um auch Deinen Partnerschaften neuen Glanz zu verleihen und sie wachsen zu lassen.

