



# Episerver Reach

Benutzerhandbuch





© EpiServer 2019

EpiServer Reach Benutzerhandbuch

Veröffentlicht: 2019-10-24

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Episerver Triggers</b> .....	<b>5</b>
<b>Trigger-Arten</b> .....	<b>6</b>
Tägliche Trigger .....	6
In-Session-Trigger .....	7
<b>Trigger-Kampagne einrichten</b> .....	<b>8</b>
Neue Trigger-Kampagne erstellen .....	8
ESP-Verbindung einrichten .....	10
ESP-Aktion einrichten .....	12
Links zu einem bestimmten Warenkorb erstellen .....	14
<b>Trigger-Kampagnen verwalten</b> .....	<b>15</b>
Globale Kontakthäufigkeit .....	15
Bearbeiten - Status - Löschen .....	15
<b>Mail-Kampagne einrichten</b> .....	<b>16</b>
Trigger-Berichte in Episerver .....	19
<b>Triggers in Reach mit Episerver Campaign verwenden</b> .....	<b>22</b>
E-Mails mit Trigger senden .....	22
Autorisierungscode der Empfängerliste abrufen .....	24
Link zu einem bestimmten Warenkorb erstellen .....	25
ESP-Aktion erstellen .....	26
Nachricht-senden-Aktion erstellen .....	26
Erstellen der Aktion Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen .....	28
Erstellen der Aktion Benutzer aus Zielgruppe entfernen .....	29
E-Mail-Kampagne in Episerver einrichten .....	29





## Episerver Triggers

Mit Triggers können Sie automatisierte personalisierte E-Mails über einen E-Mail-Dienstanbieter (ESP) versenden, die durch die Aktionen des E-Mail-Empfängers auf der Webseite ausgelöst werden. Diese Aktionen benachrichtigen den Benutzer in der Regel über eine Preissenkung oder eine Form des Ausstiegs. Da Episerver das gesamte Benutzerverhalten erfasst, können Sie dieses Verhalten auch nutzen, um alternative Empfehlungen zu abgebrochenen oder angesehenen Produkten einzubinden.

Ihnen stehen folgende voreingestellte Trigger zur Verfügung:

- **Verlassene Kasse**
- **Verlassener Warenkorb**
- **Verlassene Suche**
- **Gezielte Rabatte**
- **Hohes Produktinteresse**
- **Nachkauf**
- **Geringer Lagerbestand, verlassener Warenkorb.**

Im Abschnitt [Trigger-Arten](#) finden Sie eine Liste der verfügbaren Trigger und deren Beschreibungen. Es werden häufig neue Optionen hinzugefügt, also kontaktieren Sie Ihren Episerver Customer Success Manager, um zu erfahren, was verfügbar ist und zu besprechen, welche speziellen Anforderungen Sie haben.

Um die Triggers-Funktionalität zu aktivieren, richten Sie die Konfiguration im Episerver for the Personalization Portal so ein, dass Episerver und die ESP-Plattform miteinander kommunizieren können, um die passende Nachricht zur richtigen Zeit zu versenden. Siehe [ESP-Verbindung einrichten](#).

**Hinweis:** Die Konfiguration ist für jeden E-Mail-Dienstanbieter anders. Episerver Triggers kann mit jedem ESP verwendet werden, also können Sie Triggers und Mail zu jedem beliebigen Anbieter migrieren.

Durch die alleinige Verwendung von Triggers können Sie Benutzer automatisch zu einer E-Mail-Liste oder -Gruppe hinzufügen und die Empfängerliste mit den in Ihrem ESP-Konto verfügbaren Automatisierungsprogrammen weiter präzisieren, oder Sie können sofort eine E-Mail auslösen, die von Ihrem ESP versendet wird. In Kombination mit Mail haben Sie die Möglichkeit, bestimmte Produkte, die für den Benutzer von Interesse sind einzuschließen - ihre durchsuchten und verlassenen Produkte und Empfehlungen, die auf deren Verhalten auf der Webseite basieren.

# Trigger-Arten

## Tägliche Trigger

Tägliche Trigger werden zur täglichen Analyse zu einem bestimmten Zeitpunkt geplant.

Tägliche Trigger	Beschreibung
Gezielte Rabatte	Löst aus, wenn ein Produkt, das sich der Besucher in den letzten 30 Tagen angesehen, aber nicht gekauft hat, im Preis gesunken ist. Die Analyse läuft, sobald der Produkt-Feed importiert wurde. Kann mit einer Mail-Kampagne kombiniert werden, damit die reduzierten Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen.
Hohes Produktinteresse	Löst aus, wenn ein Besucher das gleiche Produkt in den letzten 30 Tagen mehrmals besucht hat, ohne es zu kaufen. Er zählt, an wie vielen einzelnen Tagen die Produktseite in den letzten 30 Tagen angesehen wurde. Die Dauer der einzelnen Aufrufe wird nicht berücksichtigt. Die Analyse läuft um 01:00 Uhr britischer Zeit. Kann mit einer Mail-Kampagne kombiniert werden, damit die angezeigten Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen.
Nach Kauf	Löst eine bestimmte Anzahl von Tagen nach der Bestellung aus. Kann mit einer Mail-Kampagne kombiniert werden, damit die gekauften Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen. Die Analyse läuft um 01:00 Uhr britischer Zeit.
Geringer Lagerbestand, verlassener Warenkorb	Löst aus, wenn ein Produkt, das der Besucher in den letzten 14 Tagen in den Warenkorb gelegt, aber nicht gekauft hat, nur noch einen geringen Lagerbestand hat. Der Warenkorb gilt nach 4 Stunden Inaktivität als verlassen. Die oberen und unteren Grenzwerte für die Verfügbarkeit müssen festgelegt werden. Die Analyse läuft, sobald der Produkt-Feed importiert wurde. Kann mit einer Mail-Kampagne kombiniert werden, damit

Tägliche Trigger	Beschreibung
	die relevanten Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen.

## In-Session-Trigger

In-Session-Trigger können während der individuellen Sitzung jedes Besuchers ausgelöst werden, sobald die Triggerkriterien erfüllt sind. Jeder In-Session-Trigger hat eine Wartezeit, die angibt, wie lange der Besucher inaktiv sein muss, bevor der Trigger ausgelöst werden kann.

In-Session-Trigger	Beschreibung
Verlassene Kasse	Löst aus, wenn ein Besucher die Kasse erreicht hat, aber den Kauf nicht abschließt.
Verlassener Warenkorb	Löst aus, wenn ein Besucher einen Artikel in den Warenkorb legt, diesen aber nicht kauft.
Verlassene Suche	Löst aus, wenn ein Besucher eine Produktseite auf der Webseite besucht, aber die Webseite verlässt, ohne etwas in den Warenkorb zu legen.
Zusätzliche Triggeraktionen	Löst aus, wenn ein Besucher eine bestimmte Seite mehrmals aufruft. Ein Besucher besucht beispielsweise einen bestimmten Bereich der Webseite und betrachtet mehr als 5 Seiten in einer Kategorie, kauft aber nichts. Kann einzeln oder in Kombination mit einem anderen In-Session-Trigger verwendet werden.

# Trigger-Kampagne einrichten

Jede Trigger-Kampagne muss über eine zugehörige [E-Mail-Dienstanbieter-Verbindung](#) und eine [ESP-Aktion](#) (Mail senden, zur Gruppe hinzufügen, aus der Gruppe entfernen) verfügen. Richten Sie die ESP-Verbindung und die ESP-Aktion einmal ein und sie können für alle Ihre Trigger-Kampagnen genutzt werden. Darüber hinaus muss jeder Triggers-Kampagne eine zugehörige Mail-Kampagne zugeordnet sein, die eine geeignete Trigger-Strategie verwendet. Siehe [Einrichten einer Mail-Kampagne](#).

## Neue Trigger-Kampagne erstellen

Rufen Sie **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto auf. Um eine neue Trigger-Kampagne zu erstellen, klicken Sie auf den Reiter **Neue Kampagne** und füllen Sie das Formular wie folgt aus:

1. Geben Sie einen Namen für Ihre Trigger-Kampagne ein, z. B. *Verlassener Warenkorb*.
2. Wählen Sie eine **ESP-Aktion**, damit der Trigger die gewünschte Aktion ausführt, wenn er auslöst.
3. Geben Sie optional Start- und Enddatum der Kampagne an.
4. Setzen Sie **Kontakthäufigkeit** auf **Ein**, wenn Sie die Anzahl der Auslösevorgänge des Triggers für jeden Kunden dieser Kampagne beschränken möchten.

Wenn Sie die **Kontakthäufigkeit** aktiviert haben, geben Sie an, wie oft der Trigger für jeden Benutzer pro Tag, pro Woche oder pro Monat maximal ausgelöst werden kann.

**Hinweis:** Die **Globale Kontakthäufigkeit** stoppt alle Trigger, wenn deren Grenze zuerst erreicht wird.

5. Wählen Sie die Art des Auslösers, den diese Kampagne verwenden soll. Siehe [Tägliche Trigger](#) für weitere Informationen.
  - Geben Sie für [In-Session-Trigger](#) an, wie lange (in Minuten) der Besucher auf Ihrer Webseite inaktiv sein muss, bevor der Trigger ausgelöst werden kann.
  - Sofern nicht anders angegeben, überwachen [Tägliche Trigger](#) die Daten der letzten 30 Tage. Sobald die Triggerkriterien erfüllt sind, wird der Trigger ausgelöst.
  - Sie können **Zusätzliche Triggeraktionen** alleine oder in Kombination mit einem **In-Session-Trigger** verwenden.
  - Sie können festlegen, ob der Kunde einen bestimmten Seitentyp mehrmals besucht haben muss.
  - Sie können eine URL (oder ein Schlüsselwort aus einer URL) von Ihrer Webseite angeben, die der Kunde besucht haben muss.



**Hinweis:** Die Reihenfolge der zusätzlichen Triggeraktionen spielt keine Rolle.

**Hinweis:** Um ein Kriterium hinzuzufügen, bei dem der Benutzer einen bestimmten Seitentyp oder eine bestimmte URL NICHT besucht haben darf, können Sie die Anzahl der Aufrufe als 0 (Null) eingeben.

6. Klicken Sie auf **Kampagne speichern**, wenn Sie alle Angaben gemacht haben.
7. Der Ausgangszustand eines neu erstellten Triggers ist **AUS**. Um ihn zu aktivieren, öffnen Sie die **Kampagnen**-Übersichtsseite und klicken Sie auf die Play-Schaltfläche ► neben dem Kampagnennamen.

Im folgenden Beispiel legt die neue Triggerkampagne Folgendes fest:

- Für jeden Besucher löst der Trigger nicht mehr als 1 Mal pro Tag und nicht mehr als 3 Mal pro Woche und nicht mehr als 8 Mal pro Monat aus (je nachdem, welche Grenze zuerst erreicht wird).
- Der Besucher muss seinen Warenkorb verlassen haben (das heißt mindestens einen Artikel in den Warenkorb gelegt und die Bestellung nicht abgeschlossen haben), nachdem er (in diesem Fall) 30 Minuten lang inaktiv war.
- Der Besucher muss mindestens einmal eine Kategorie-Seite besucht haben.
- Sie können auch eine bestimmte URL-Übereinstimmung hinzufügen. In diesem Fall muss der Besucher eine Seite mit der Zeichenkette **promo123** innerhalb der URL besucht haben.
- Wenn alle diese Kriterien erfüllt sind, löst der Trigger aus (sofern nicht durch die **Globale Kontakthäufigkeit** eingeschränkt).

The screenshot displays the 'Configure your Trigger campaign' interface. At the top, there are tabs for 'Campaigns' and 'Configuration'. The main heading is 'Configure your Trigger campaign' with a dropdown menu set to 'Targeted discounts campa'. To the right, there are links for 'ESP actions' and 'ESP connections'.

Key configuration fields include:
 

- Campaign name:** Targeted discounts campaign
- ESP action:** My add to group ac
- Start date:** 04/11/2017
- Contact frequency:** On, with options for 1 per day, 5 per week, and 8 per month.
- End date:** (empty)
- How many minutes to wait:** 30

Triggers are divided into two sections:
 

- In-session triggers:** Includes 'Abandoned checkout', 'Abandoned basket' (checked), and 'Abandoned browse'.
- Daily triggers:** Includes 'Targeted discounts (last 30 days)', 'High product interest (last 30 days)' (with a 'Viewings' input), 'Post purchase' (with a 'Days since order' input), and 'Low-in-stock abandoned-basket' (with 'Stock upper threshold' and 'Stock lower threshold' inputs).

Additional trigger actions are listed below:
 

- Home page (Viewings: input)
- Category page (checked, Viewings: 1)
- Product page (Viewings: input)
- Basket page (Viewings: input)
- Order page (Viewings: input)
- Specific page (checked, Viewings: 1) with a text input containing 'promo123'.
- Specific page (Viewings: input) with a text input 'Enter the URL or a partial URL'.

At the bottom right, there are buttons for 'Save campaign' and 'Cancel'.

## ESP-Verbindung einrichten

Episerver muss sich mit der API des ESP verbinden, um den ESP benachrichtigen zu können, wenn der Trigger ausgelöst wird. Erst dann kann eine Aktion erfolgen.

1. Rufen Sie **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto auf, um die Verbindung einzurichten.
2. Wählen Sie den Reiter **Neue Kampagne** aus und klicken Sie dann oben rechts auf **ESP-Verbindungen**.

The screenshot shows the 'Configure your Trigger campaign' interface. At the top, there's a navigation bar with 'Triggers' selected. Below it, a 'New campaign' tab is active. The main form includes:

- Campaign name:** A text input field.
- ESP action:** A dropdown menu currently showing 'Please select'. A red error message below it says 'Please provide an ESP Action for this Trigger.'
- Start date:** A date picker set to '02/10/2017'.
- End date:** An empty date picker.
- Contact frequency:** A toggle switch set to 'Off'.
- How many minutes to wait:** An empty input field.
- In-session triggers:** A list of checkboxes for 'Abandoned checkout', 'Abandoned basket', and 'Abandoned browse'.
- Daily triggers:** A list of checkboxes for 'Targeted discounts (last 30 days)', 'High product interest (last 30 days)' (with a 'Viewings' input), 'Post purchase' (with a 'Days since order' input), and 'Low-in-stock abandoned-basket' (with 'Stock upper threshold' and 'Stock lower threshold' inputs).
- Additional trigger actions:** A list of checkboxes for 'Home page', 'Category page', 'Product page', 'Basket page', 'Order page', and 'Specific page', each with a 'Viewings' input field. Below this is a text input for 'Enter the URL or a partial URL'.

At the bottom right, there are two buttons: 'Save campaign' (with a checkmark) and 'Cancel'. The footer shows '© 2017 Episerver'.

3. Bearbeiten Sie eine bestehende Verbindung oder erstellen Sie eine neue. Zum Erstellen einer neuen Verbindung klicken Sie auf **ESP-Verbindung hinzufügen**. Nun erscheint der Bildschirm **ESP-Verbindungen** verwalten.

The screenshot shows the 'Configure your Trigger campaign' interface. At the top, there are tabs for 'Campaigns' and 'New campaign'. Below this, the main heading is 'Configure your Trigger campaign'. On the right side, there are links for 'ESP actions' and 'ESP connections'. The main section is titled 'Manage your ESP connections' and contains a form with the following fields:
 

- Connection name: My ESP connection
- Name of ESP: My ESP (dropdown menu)
- ESP username: John.Doe@example.com
- ESP realm: http://My-ESP-realm.com
- ESP password: [masked]

 There are several buttons: a green '+ Add an ESP connection' button at the top right, a green 'On' toggle switch next to the 'Name of ESP' field, a green 'Test ESP connection' button at the bottom right, and a blue 'Save ESP connection' button at the bottom right. A 'Cancel' link is also visible at the bottom left.

4. So erstellen Sie eine Verbindung:
  - a. Geben Sie Ihre API-Anmeldeinformationen für Ihr ESP-Konto ein (z. B. Benutzername, Passwort, Datenbank, Bereich, API-Token).
  - b. Klicken Sie auf **ESP-Verbindung testen**, um die Verbindung zu testen.
  - c. Klicken Sie auf **ESP-Verbindung speichern**.

## ESP-Aktion einrichten

1. Um die Aktion einzurichten, gehen Sie auf **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto und öffnen Sie eine neue oder bestehende Kampagne.
2. Klicken Sie auf **ESP-Aktionen**. Sie können entweder eine bestehende ESP-Aktion bearbeiten oder eine neue erstellen. Vergewissern Sie sich, dass sie die Verbindung verwendet, die Sie benötigen, z. B. die, die Sie in [ESP-Verbindung einrichten](#) erstellt oder bearbeitet haben.

The screenshot shows the 'Configure your Trigger campaign' interface. At the top, there are tabs for 'Campaigns' and 'New campaign'. A dark notification bar at the top right says 'Set up the action for your ESP to perform.'. Below this, the main heading is 'Configure your Trigger campaign'. On the right side, there are links for 'ESP actions' (circled in red) and 'ESP connections'. The main section is titled 'Manage your ESP actions' and contains a green '+ Add an ESP action' button. Below this, there is a table with the following columns:
 

ESP action name	ESP connection name	ESP action type	Edit - Delete
-----------------	---------------------	-----------------	---------------

3. Klicken Sie auf **ESP-Aktion hinzufügen**, um eine neue Aktion zu erstellen.
4. Wählen Sie Ihren bevorzugten **ESP-Aktionstyp** aus den verfügbaren Optionen und geben Sie die benötigten Details ein (z. B. **Gruppen-ID**, **Listen-ID**, **Nachrichten-ID**, **Datenbank**); die Werte finden Sie in Ihrem ESP-Portal.

**Hinweis:** Diese Felder sind dynamisch und unterscheiden sich je nach gewählter ESP-Verbindung und gewähltem ESP-Aktionstyp.

Folgende Aktionstypen stehen zur Verfügung:

**Hinweis:** Abhängig von den von Ihrer ESP-Plattform unterstützten Funktionen sind einige dieser Aktionen möglicherweise nicht für die von Ihnen gewählte Verbindung verfügbar.

- **Benutzer zur Gruppe hinzufügen.** Ein ausgelöster Trigger teilt dem ESP mit, dass er die E-Mail-Adresse eines Benutzers zur E-Mail-Gruppe oder -Liste mit der angegebenen **Gruppen-ID** oder **Listen-ID** hinzufügen soll. Sind in der Liste Trigger auf ESP-Ebene vorhanden, können diese durch diesen Schritt aktiviert werden. Diese Aktion fügt nur die E-Mail-Adressen eines Benutzers zu einer Liste hinzu; sie sendet diesen Benutzern keine E-Mails.
- **Benutzer aus der Gruppe entfernen.** Entfernt die E-Mail-Adresse eines Benutzers aus der Gruppe oder Liste.
- **Nachricht senden.** Ein ausgelöster Trigger teilt dem ESP mit, dass er dem Benutzer die Nachricht mit der angegebenen **Nachrichten-ID** senden soll.

**Warnung:** Abhängig von Ihrem ESP kann es sein, dass **Nachricht senden** nicht überprüft, ob der Benutzer dem Empfang von E-Mails zugestimmt hat, daher sollten Sie die Funktion mit Bedacht einsetzen.

5. Nachdem Sie Ihre ESP-Aktion erstellt haben, testen und speichern Sie sie.

## Links zu einem bestimmten Warenkorb erstellen

Episerver kann Links aus einer E-Mail-Empfehlung zu einem bestimmten Warenkorb des Empfängers integrieren. Um diese Funktion zu aktivieren, wenden Sie sich an den Kundendienst.

Informationen für Entwickler finden Sie unter [Links zu einem bestimmten Warenkorb erstellen](#) auf Episerver World.

# Trigger-Kampagnen verwalten

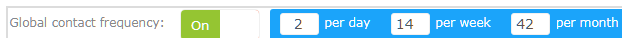
Rufen Sie **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto auf und wählen Sie den Reiter **Kampagnen**.

Sie haben folgende Optionen:

- Globale Kontakthäufigkeit festlegen
- Trigger-Kampagnen bearbeiten
- Kampagnen aktivieren/deaktivieren
- Kampagnen löschen





## Globale Kontakthäufigkeit

Die **Globale Kontakthäufigkeit** beschränkt die Auslösung von Triggern aller Trigger-Kampagnen, die auf der Seite aufgelistet werden. Sie können also für alle Kampagnen kombiniert die maximale Anzahl von Triggern angeben, die für einen einzelnen Kunden ausgelöst werden können.



**Hinweis:** Die **Kontakthäufigkeit** einer einzelnen Kampagne kann verhindern, dass Trigger für diese Kampagne ausgelöst werden, wenn ihr Grenzwert zuerst erreicht wird.

## Bearbeiten - Status - Löschen

- **Bearbeiten.** Klicken Sie auf **Bearbeiten**  oder auf den Namen einer Trigger-Kampagne, um die Konfigurationsseite für diese Kampagne für die Bearbeitung zu öffnen.
- **Status.** Klicken Sie auf **Aktivieren** , um eine Kampagne zu aktivieren, oder auf **Anhalten** , um eine Kampagne zu deaktivieren. Der Ausgangszustand eines neu erstellten Triggers ist pausiert.
- **Löschen.** Klicken Sie auf **Löschen** , um eine Kampagne zu löschen. Ein Bestätigungsfeld wird angezeigt.

g

## Mail-Kampagne einrichten

Sie können eine Mail-Kampagne erstellen, um verlassene oder personalisierte Produktempfehlungen in der E-Mail-Vorlage zurückzugeben, die an Benutzer gesendet wird, für die ein Trigger ausgelöst wurde. Für Informationen zum Erstellen einer Mail-Kampagne siehe Episerver Mail Benutzerhandbuch.

Wählen Sie im Episerver for the Personalization Portal den Reiter **Mail > Neue Kampagne** und folgen Sie den Schritten.

1. **Stil-Editor.** Erstellen Sie das Styling für das Produktinformationsbild der abgebrochenen oder empfohlenen Produkte, das in der E-Mail angezeigt wird.
2. **Konfiguration.** Wählen Sie aus, wie viele Produkte in der E-Mail-Kampagne angezeigt werden sollen, legen Sie die Lokalisierungseinstellungen fest, fügen Sie den Tracking-Code eines Drittanbieters hinzu und konfigurieren Sie die Empfehlungsstrategien. Folgende triggerspezifische Mail-Strategien stehen Ihnen zur Verfügung:
  - **Produkte aus täglichen Trigger-Kampagnen.** Gibt die Produkte aus Ihrer täglichen Trigger-Kampagne zurück, wie z. B. Gezielte Rabatte, Hohes Produktinteresse, Nachkauf, Niedriger Lagerbestand, Verlassener Warenkorb.
  - **Produkte aus In-Session-Trigger-Kampagnen.** Gibt die verlassenen Produkte aus Ihrer In-Session-Trigger-Kampagne zurück, wie z. B. Verlassener Warenkorb, Verlassene Suche, Verlassene Kasse.
  - **Empfehlungen auf Basis von täglichen Trigger-Kampagnen.** Gibt verwandte Produkte basierend auf dem genutzten Trigger zurück, wie Zielgerichtete Rabatte, Hohes Produktinteresse, Nachkauf oder Aufgebener Warenkorb mit niedrigem Lagerbestand.
  - **Empfehlungen auf der Basis von In-Session-Trigger-Kampagnen.** Gibt verwandte Produkte basierend auf dem in der Session verwendeten Trigger zurück, wie Verlassener Warenkorb, Verlassene Suche oder



Verlassene Kasse für die aktuelle Session.

The screenshot shows the 'Configure your campaign' interface for an 'Abandoned basket' campaign. The interface is divided into several sections:

- Widget setup:**
  - Number of products: 3
  - Locale: en-gb
  - No repeat (in days): 0
- Tracking:**
  - Please insert here any tracking code you want to be added in the product link url
  - Tracking code: [input field]
  - Use top-ups? [checkbox]
- Product configuration panels:**
  - Product 1:** Strategy dropdown is open, showing options:
    - Products from daily trigger campaigns
    - Products from in-session trigger campaigns (highlighted)
    - Recommendations based on daily trigger campaigns
    - Recommendations based on in-session trigger campaigns
  - Product 2:** Strategy dropdown shows 'Please click here to select'.
  - Product 3:** Strategy dropdown shows 'Please click here to select'.

At the bottom, there are 'Save campaign' and 'Cancel' buttons.

3. **HTML und Vorschau.** Generieren Sie den Code, den Sie später kopieren und in Ihre E-Mail-Vorlage einfügen können, und sehen Sie sich die Ausgabe Ihrer Mail-Kampagne an. Wählen Sie in der Drop-down-Liste **E-Mail-Dienstanbieter** den gewünschten ESP aus, damit die richtigen Platzhalter automatisch in die Variablenfelder eingetragen werden. Klicken Sie auf **Code generieren**. Sie müssen den generierten HTML-Code in die E-Mail-Vorlage Ihres ESP-Kontos einfügen.

Style editor
Configuration
HTML and preview
?

### Generate HTML code

Email service provider Episerver Campaign

Variables

Email address	Trigger fire ID
<input style="border: 1px solid #ccc;" type="text" value="{recipientid}"/>	<input style="border: 1px solid #ccc;" type="text" value="{externaltriggerid}"/>

```

<!-- RECOMMENDATION #1 -->
  <!-- Recommendation link and image for recommendation #1 -->
  <a href="https://abcde.episerver.net/tracker/er/link.page?e={recipientid}&site=sales_uk&wid=77901&rno=0&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>
    <!-- Product information link and image for recommendation #1 -->
    <a href="https://abcde.episerver.net/tracker/er/link.page?e={recipientid}&site=sales_uk&wid=77901&rno=0&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>
  <!-- RECOMMENDATION #2 -->
  <!-- Recommendation link and image for recommendation #2 -->
  <a href="https://abcde.episerver.net/tracker/er/link.page?e={recipientid}&site=sales_uk&wid=77901&rno=1&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>
    <!-- Product information link and image for recommendation #2 -->
    <a href="https://abcde.episerver.net/tracker/er/link.page?e={recipientid}&site=sales_uk&wid=77901&rno=1&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>
        
```

Generate code


### Preview or send a test email

Preview email


Save campaign
Cancel

**Preview or send a test email**


Hello,  
This is an example of what the Episerver recommendations widget will look like in an email.



**Valencia Bed Linen Collection**  
£ 15.00



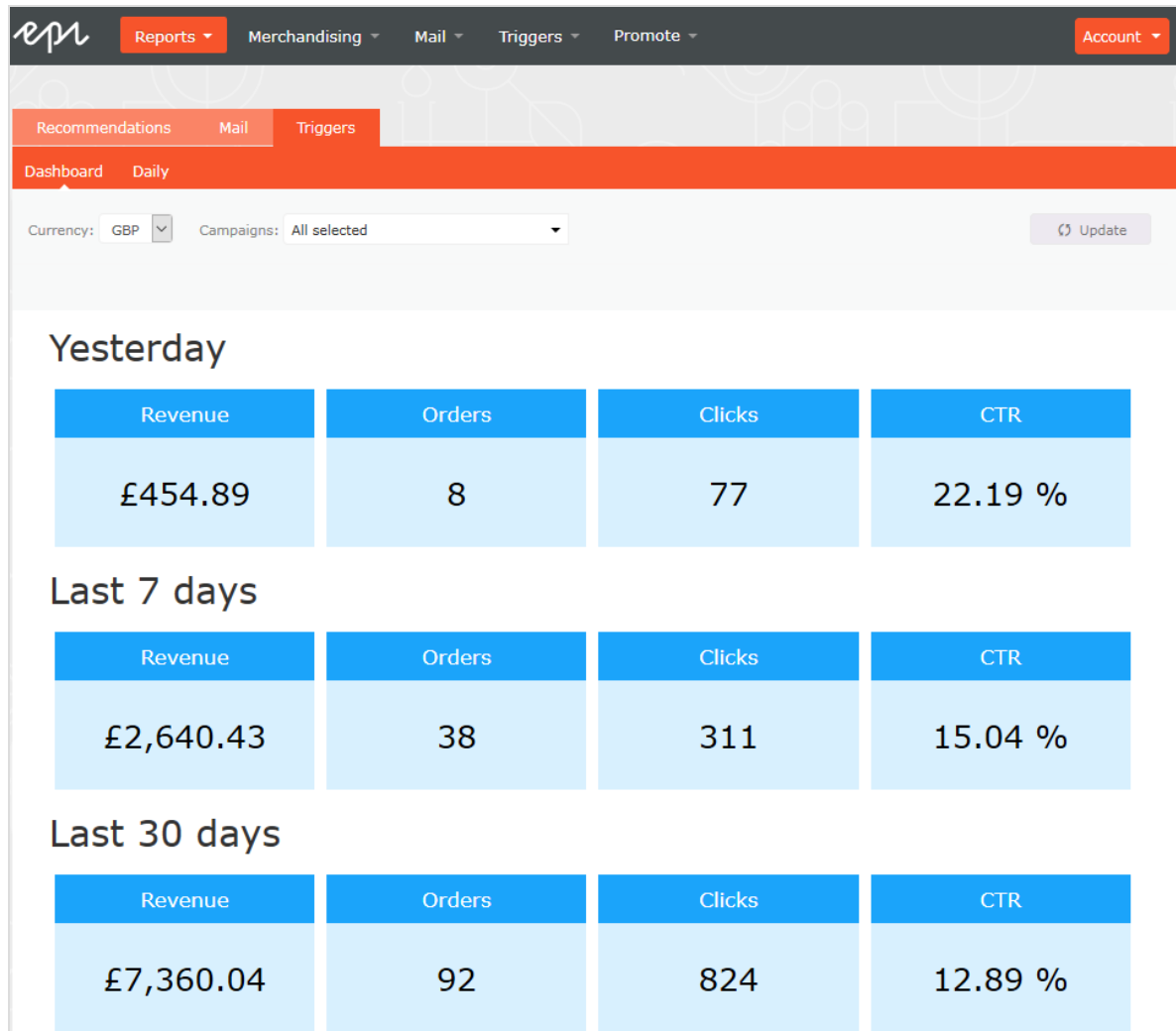
**Savoy Bed Linen Collection**  
£ 25.00



**Wired Gold Ribbon - 5m**  
£ 6.00

## Trigger-Berichte in Episerver

Im Bereich **Berichte** im for the Personalization Portal zeigt ein Trigger-Dashboard die Erlöse, Bestellungen, Klicks und Klickraten für Ihre Trigger-Kampagnen an.



Außerdem gibt es einen täglichen Bericht, der zeigt, wie viele Webseiten-Sitzungen einen Trigger ausgelöst haben, wie viele ausgelöste E-Mails angesehen wurden und wie viele Produkte über einen von Episerver generierten Link von diesen E-Mails gekauft wurden. Dies wird für jeden Trigger gemeldet und in ein tägliches Reporting zerlegt.

epi Reports Merchandising Mail Triggers Promote Account

Recommendations Mail Triggers

Dashboard Daily

Time range: Week Month 3 Months 05-09-2017 - 05-10-2017 Currency: GBP Export CSV Update

Name	Date	Fired	Impressions	Clicks	Orders	Revenue
<b>Total:</b>		11351	6,460	836	92	£7,244.99
Abandoned basket	-	2397	1,286	180	25	£1,793.45
Abandoned browse	-	7277	4,126	508	31	£2,303.96
Abandoned checkout	-	1677	1,048	148	36	£3,147.58
<b>Total:</b>		11351	6,460	836	92	£7,244.99

# Triggers in Reach mit Episerver Campaign verwenden

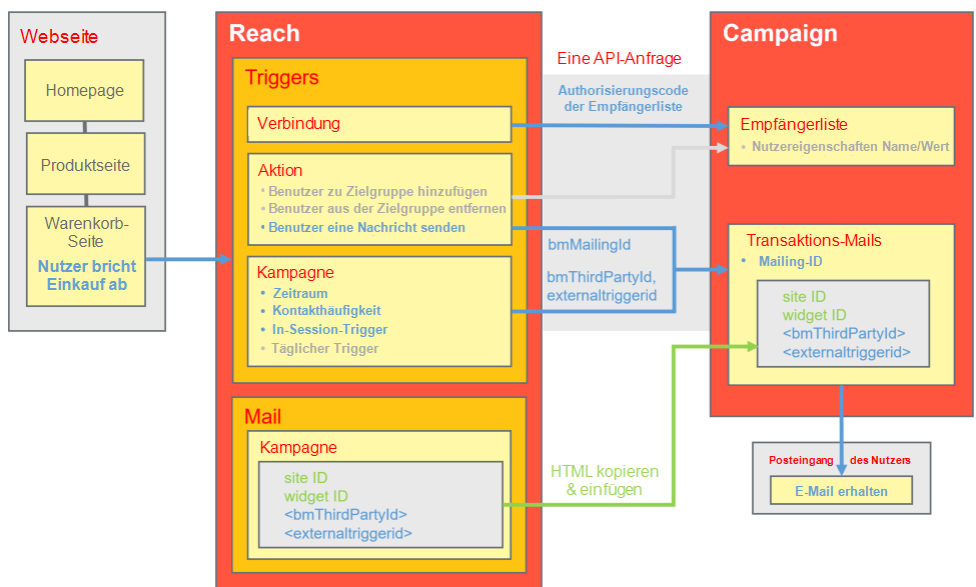
Dieses Kapitel zeigt, wie Sie Episerver Reach mit Episerver Campaign verwenden.

**Hinweis:** Um in Episerver Reach Triggers mit Episerver Campaign zu verwenden, muss Ihr Systemadministrator oder Entwickler zuerst das Tracking konfigurieren, wie es in der [technischen Dokumentation auf Episerver World](#) beschrieben ist. Wenn das Tracking konfiguriert ist, können Sie Triggers einrichten wie nachfolgend beschrieben.

## E-Mails mit Trigger senden

Sie müssen eine Mailing-Kampagne in Episerver Campaign und Kampagnen in Triggers und Mail for Reach anlegen. In Triggers müssen Sie außerdem eine Verbindung zu Ihrer Empfängerliste in Campaign herstellen und die entsprechende Aktion festlegen.

Das folgende Bild zeigt den Ablauf durch Reach und Campaign, wenn ein Benutzer seinen Warenkorb verlässt und den E-Mail-Versand an ihn auslöst.



Um die Reach-zu-Campaign-Integration einzurichten, gehen Sie wie folgt vor.

- **Episerver Personalization Portal > Triggers**, richten Sie Folgendes ein:
  - **ESP-Verbindung** zur Verbindung mit der Episerver Campaign HTTP-API. Geben Sie den **Auto-  
risierungscode der Empfängerliste** ein, bei dem es sich um ein Token handelt, das den Zugriff auf eine  
bestimmte Empfängerliste ermöglicht. Siehe [Autorisierungscode der Empfängerliste abrufen](#) und [ESP-  
Verbindung einrichten](#).
  - **ESP-Aktion** zum Einrichten einer der folgenden Aktionen:
    - **Nachricht senden**. Geben Sie eine **Mailing-ID** für die E-Mail-Vorlage in Episerver Campaign an. Das  
vorherige Bild zeigt diese verwendete Aktion. Siehe [Nachricht-senden-Aktion erstellen](#) und [ESP-  
Aktion einrichten](#).
    - **Fügen Sie den Benutzer zur Zielgruppe hinzu**. Geben Sie einen **Benutzereigenschaftsnamen** und einen  
**Benutzereigenschaftswert** an. Weitere Informationen finden Sie unter [Erstellen einer Aktion  
Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen](#).
    - **Entfernen Sie den Benutzer aus der Zielgruppe**. Geben Sie einen **Benutzereigenschaftsnamen** an. Siehe  
[Erstellen einer Aktion Benutzer aus der Gruppe entfernen](#).
  - [Richten Sie eine Episerver Triggers-Kampagne](#) mit einer bestimmten Strategie ein, wie z. B. *Verlassener  
Warenkorb*.
- **Episerver Campaign Portal**, richten Sie Folgendes ein:
  - **Empfängerliste**, die einen Autorisierungscode für die Empfängerliste enthält.
 

**Hinweis:** Um eine E-Mail von Episerver Reach zu erhalten, muss der End-  
benutzer in dieser Empfängerliste vorhanden sein (die nur Endbenutzer  
enthält, die sich angemeldet haben).
  - **Transaktions-Mail-Kampagne**, die über eine Mailing-ID verfügt.
  - Richten Sie in Episerver Campaign eine zugehörige Transaktions-Mail-Kampagne ein, indem Sie den  
[erzeugten HTML-Code](#) aus **Episerver Mail** kopieren und in die E-Mail-Vorlage (mit dieser **Mailing-ID**) im  
Episerver Campaign Portal einfügen. Der HTML-Code enthält Platzhalter, die der ESP (d.h. Episerver  
Campaign) durch die tatsächlichen Werte für jede gesendete E-Mail ersetzt.

Wenn ein Episerver Trigger über die Episerver Campaign HTTP-API ausgelöst wird, sendet Triggers Episerver Campaign folgendes für die Aktion **Nachricht senden**:

- **Autorisierungscode der Empfängerliste**. Ein Autorisierungscode für die Empfängerliste stellt eine Ver-  
bindung zwischen Episerver Campaign und dem for the Personalization Portal her und fügt die **trig-  
gerField** zu dem Eintrag eines Benutzers in der Empfängerliste hinzu.
- **Mailing-ID**. Für **Nachricht senden** ersetzt Episerver Campaign für diese **Mailing-ID** die Platzhalter im HTML-  
Code der Mail-Vorlage durch die in der API-Anfrage gesendeten Werte.

- **triggerField**. Ersetzt durch die ID der Triggers-Kampagne, die in der API-Anfrage gesendet wurde.
- Eine der folgenden Möglichkeiten:
  - **recipientid**. Ersetzt durch die E-Mail-Adresse des Benutzers, die in der API-Anfrage gesendet wurde.
  - **bmThirdPartyId**. Ersetzt durch die E-Mail-Adresse des Benutzers, die aus seiner pseudonymisierten Benutzer-ID abgeleitet wurde.

## Autorisierungscode der Empfängerliste abrufen

So rufen Sie den Autorisierungscode der Empfängerliste ab:

1. Öffnen Sie im Episerver Campaign Startmenü > **Verwaltung** > **API-Übersicht**.
2. Wählen Sie **Empfängerlisten**, um die Tabelle anzuzeigen.
3. Wählen Sie Ihre Empfängerliste aus der Tabelle aus.
4. Klicken Sie auf **Autorisierungscodes verwalten**.

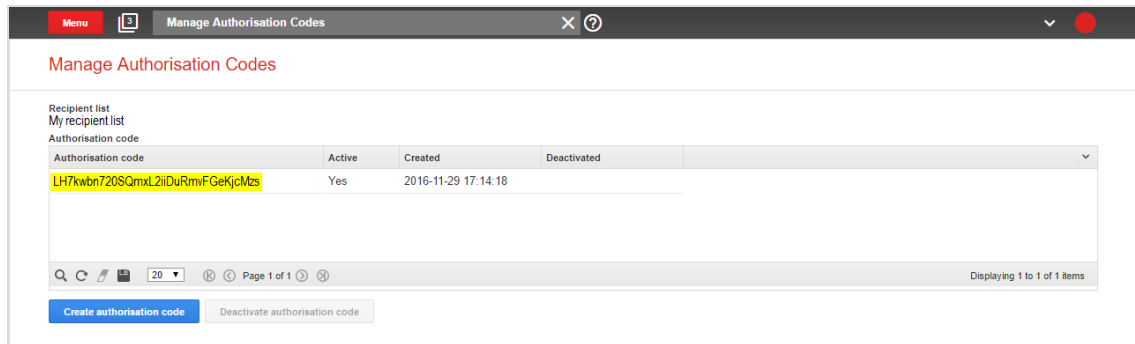
The screenshot shows the 'API Overview' window in Episerver Campaign. The 'Recipient lists' tab is selected and highlighted in yellow. Below the navigation tabs, a table displays the following data:

ID	Name	Description	Recipients	Media type	Te
123456789012	My List		10	Email	No
234567890123	Print		0	Print	No
345678901234	SMS		0	SMS	No
456789012345	Fax		0	Fax	No
567890123456	My transaction list		15	Email	No
<b>678901234567</b>	<b>My recipient list</b>		<b>8</b>	<b>Email</b>	<b>No</b>

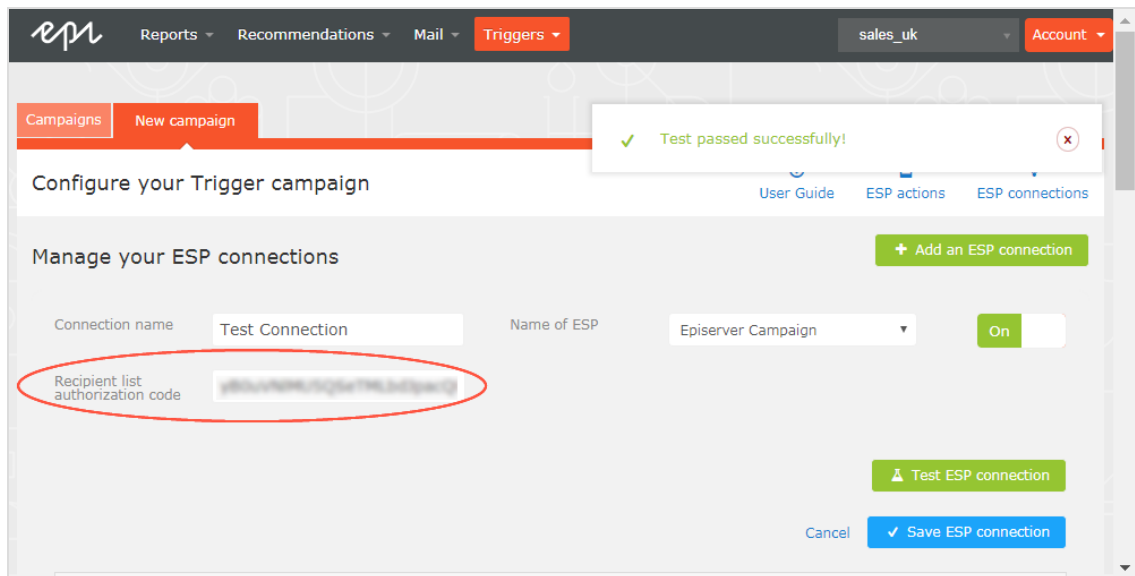
At the bottom of the window, a yellow button labeled 'Manage authorisation codes' is visible.



5. Kopieren Sie in der Ansicht **Autorisierungscode verwalten** den Autorisierungscode.



6. Fügen Sie den Autorisierungscode in das for the Personalization Portal auf der Seite **Triggers > Neue Kampagne > ESP-Verbindungen** ein.



7. Geben Sie den Verbindungsnamen ein.  
 8. Wählen Sie **Episerver Campaign** als Name Ihres ESP.  
 9. Klicken Sie auf **ESP-Verbindung testen**.  
 10. Wenn die Verbindung erfolgreich hergestellt wurde, klicken Sie auf **ESP-Verbindung speichern**.

## Link zu einem bestimmten Warenkorb erstellen

Episerver kann Links aus einer E-Mail-Empfehlung zu einem bestimmten Warenkorb des Empfängers integrieren. Um diese Funktion zu aktivieren, wenden Sie sich an den Kundendienst.

Informationen für Entwickler finden Sie unter [Link zu einem bestimmten Warenkorb erstellen](#) auf Episerver World.

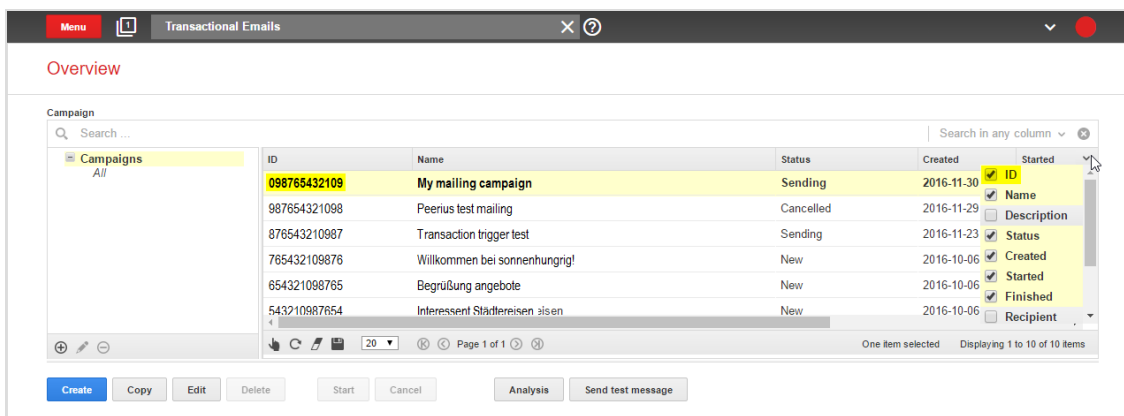
## ESP-Aktion erstellen

Siehe auch [ESP-Aktion einrichten](#).

## Nachricht-senden-Aktion erstellen

Um Nachrichten mit Triggern direkt an Benutzer zu senden, müssen Sie die **Mailing-ID** der Episerver Mailing-Kampagne auf der Trigger-ESP-Aktion-Seite bereitstellen. Um die **Mailing-ID** abzurufen, führen Sie die folgenden Schritte aus:

1. Öffnen Sie im Episerver Campaign Startmenü > **Kampagnen** > **Transaktions-Mails**.
2. Kopieren Sie die **Mailing-ID** für Ihre Kampagne aus der Spalte ID.



3. Öffnen Sie im for the Personalization Portal > **Triggers** > **Neue Kampagne** > **ESP-Aktionen** und fügen Sie die **Mailing-ID** ein.

The screenshot shows the 'Configure your Trigger campaign' page in the Episerver Campaign interface. The page has a dark header with the 'epi' logo and navigation links for 'Reports', 'Recommendations', 'Mail', and 'Triggers'. Below the header, there are tabs for 'Campaigns' and 'New campaign'. The main content area is titled 'Configure your Trigger campaign' and includes links for 'User Guide', 'ESP actions', and 'ESP connections'. A section titled 'Manage your ESP actions' contains a '+ Add an ESP action' button. Below this, there are input fields for 'ESP action name' (containing 'My send message action'), 'ESP connection' (a dropdown menu showing 'Episerver Campaign'), 'ESP action type' (a radio button selection with options: 'Remove user from target group', 'Add user to target group', and 'Send message to user'), and 'Mailing ID' (containing '123456789000'). There is also an email address input field containing 'you@domain.com' and a 'Test ESP action' button. At the bottom right, there are 'Cancel' and 'Save ESP action' buttons.

- a. **ESP-Aktionsname.** Geben Sie den Aktionsnamen ein.
  - b. **ESP-Verbindung.** Wählen Sie die Verbindung aus, die Sie zuvor erstellt haben.
  - c. **ESP-Aktionstyp.** Wählen Sie **Nachricht senden** aus.
  - d. **Mailing-ID.** Geben Sie die Mailing-ID der Kampagne ein.
  - e. **ESP-Aktion testen.** Geben Sie die E-Mail-Adresse des E-Mail-Empfängers ein und klicken Sie auf **ESP-Aktion testen**.
4. Wenn der Test erfolgreich ist, klicken Sie auf **ESP-Aktion speichern**.

## Erstellen der Aktion Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen

1. Öffnen Sie im Personalization Portal > **Triggers** > **Neue Kampagne** > **ESP-Aktionen**.

The screenshot shows the 'Configure your Trigger campaign' interface. At the top, there are navigation tabs for 'Campaigns' and 'New campaign'. Below this, the main heading is 'Configure your Trigger campaign'. On the right side, there are links for 'User Guide', 'ESP actions', and 'ESP connections'. The main section is titled 'Manage your ESP actions' and includes a '+ Add an ESP action' button. The form contains the following fields:

- ESP action name:** My add user to group action
- ESP connection:** Episerver Campaign
- ESP action type:**
  - Remove user from target group
  - Add user to target group
  - Send message to user
- User property name:** language
- User property value:** en
- Test email address:** you@domain.com

At the bottom right, there are buttons for 'Cancel', 'Test ESP action', and 'Save ESP action'.

- ESP-Aktionsname.** Geben Sie den Aktionsnamen ein.
  - ESP-Aktionstyp.** Wählen Sie Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen.
  - ESP-Verbindung.** Wählen Sie die Verbindung aus, die Sie zuvor erstellt haben.
  - Sprache.** Geben Sie den Sprachcode (z. B. en, de, sv) des Benutzers ein. Der Sprachcode konfiguriert E-Mail-Kampagnen, welche die Produkte in die E-Mail mit der korrekten Währung für jede Sprache einspeisen, und sorgt dafür, dass die Titel in der korrekten Sprache angezeigt werden und die Preise in der richtigen Währung ausgewiesen werden. Für mehrdeutige Sprachcodes, wie z.B. Englisch (die in den USA und Großbritannien unterschiedliche Währungen haben können), führt Episerver Campaign eine zusätzliche Überprüfung der Benutzerinformationen durch, um die richtige Währung zu verwenden.
  - ESP-Aktion testen.** Geben Sie die E-Mail-Adresse des Benutzers ein und klicken Sie auf **ESP-Aktion testen**.
2. Wenn der Test erfolgreich ist, klicken Sie auf **ESP-Aktion speichern**.

## Erstellen der Aktion Benutzer aus Zielgruppe entfernen

1. Öffnen Sie im for the Personalization Portal > **Triggers** > **Neue Kampagne** > **ESP-Aktionen**.

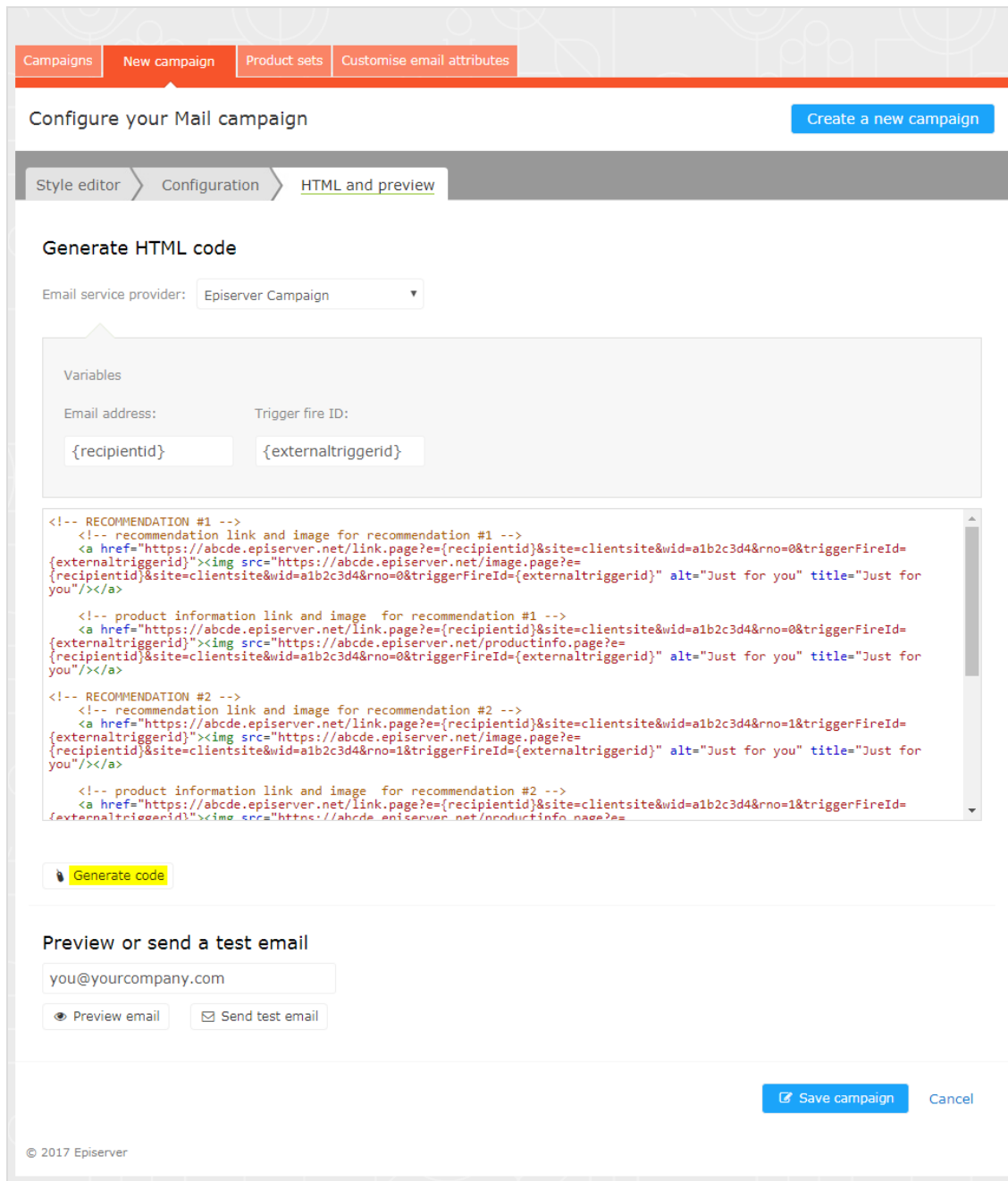
- a. **ESP-Aktionsname**. Geben Sie den Aktionsnamen ein.
  - b. **ESP-Aktionstyp**. Wählen Sie **Benutzer aus der Zielgruppe entfernen**.
  - c. **ESP-Verbindung**. Wählen Sie die Verbindung aus, die Sie zuvor erstellt haben.
  - d. **ESP-Aktion testen**. Geben Sie die E-Mail-Adresse des Benutzers ein und klicken Sie auf **ESP-Aktion testen**.
2. Wenn der Test erfolgreich ist, klicken Sie auf **ESP-Aktion speichern**.

## E-Mail-Kampagne in Episerver einrichten

Nachfolgend wird gezeigt, wie Sie HTML-Code generieren, um ihn von Episerver Mail in ein Mailing in Episerver Campaign zu kopieren.

1. Öffnen Sie im for the Personalization Portal > **Mail** > **Kampagnen**.
2. Wählen Sie Ihre Mail-Kampagne aus.
3. Wählen Sie im Reiter **Konfiguration** eine Trigger-Strategie aus.
4. Öffnen Sie den Reiter **HTML und Vorschau**.
5. Wählen Sie **Episerver Campaign** als **E-Mail-Dienstanbieter** aus.

- 6. Klicken Sie auf **Code generieren**.
- 7. Kopieren Sie den im Fenster angezeigten HTML-Code.



8. Öffnen Sie Episerver Campaign.

**Hinweis:** Um ein neues Mailing in Episerver Campaign zu erstellen, rufen Sie **Kampagnen > Transaktions-Mails** auf und folgen Sie der Anleitung unter [Transaktions-Mails](#) im Campaign-Benutzerhandbuch.

9. Öffnen Sie im Episerver Campaign Startmenü > **Kampagnen > Transaktions-Mails**.

10. Wählen Sie Ihre E-Mail-Kampagne aus.

11. Klicken Sie auf **Bearbeiten**.

12. Klicken Sie in dem sich öffnenden Flussdiagramm auf die Kampagne und dann auf **Bearbeiten**.

13. Klicken Sie auf **Inhalt bearbeiten**.

14. Fügen Sie im Editor den **Quellcode**-Absatz hinzu oder suchen Sie ihn, wo Sie die Episerver Empfehlungen einfügen möchten. In der folgenden Abbildung wurde oben ein gesonderter **Text/Bild-Absatz** für die Überschrift *Empfehlungsabsatz* hinzugefügt.

15. Klicken Sie auf **Quellcode**.

16. Fügen Sie den HTML-Code (kopiert in Schritt 6) in das rechte Feld ein:

The screenshot shows the Episerver Campaign editor interface. The left pane displays the campaign details and content blocks. The right pane shows the source code for the recommendations, which is highlighted in yellow. The source code is as follows:

```

<!-- RECOMMENDATION #1 -->
<!-- recommendation link and image for recommendation #1 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite"
<!-- product information link and image for recommendation #1 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite"

<!-- RECOMMENDATION #2 -->
<!-- recommendation link and image for recommendation #2 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite"
<!-- product information link and image for recommendation #2 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite"

<!-- RECOMMENDATION #3 -->
<!-- recommendation link and image for recommendation #3 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite"
<!-- product information link and image for recommendation #3 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite"
  
```

17. Klicken Sie auf **Übernehmen**.



# Episerver Digital Experience Cloud

Die Episerver Digital Experience Cloud™ vereint digitale Inhalte, Commerce und Marketing in einer Plattform, einschließlich Omnichannel-Lösungen für intelligente Kampagnen. Die Plattform nutzt künstliche Intelligenz und Verhaltensanalyse, um überall personalisierte Erfahrungen zu liefern. Mit unserer sicheren, zuverlässigen Plattform können Sie Engagement, Erlös und Produktivität in kürzester Zeit steigern und gleichzeitig die schnellstmögliche Time-to-Value erzielen.

## Über Episerver

Wir bei Episerver sind davon überzeugt, dass die digitale Transformation eine Reise ist. Schon seit über 20 Jahren unterstützen wir unsere Kunden bei der Realisierung herausragender digitaler Erlebnisse. Mittlerweile umfasst unser Netzwerk 880 Partner in 30 Ländern und unterstützt 8.000 Kunden mit 30.000 Webseiten. Episerver wurde 1994 gegründet und unterhält Niederlassungen in den USA, Großbritannien, Schweden, Australien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Norwegen, Polen, den Niederlanden, Spanien, Südafrika, Singapur, Vietnam und den VAE.

Weitere Informationen finden Sie unter [episerver.de](https://www.episerver.de).

