

netnomics

email · social · marketing

Bewerbung E-Mail-Award

In Zusammenarbeit zwischen der
E.M.P. Merchandising Handelsgesellschaft mbH und der
netnomics GmbH

Diese Gründe sprechen für eine Verleihung an EMP

- Innovationsgeist

EMP ist bekannt als Europas größter Versandhändler für Rock-, Metal- und Entertainment Merchandise. Auch im Gaming-Bereich ist der Online-Shop DER Ansprechpartner für Online- und Offline Spieler. Zum Anlass des **Super Mario Days am 10. März** weckte EMP mit Hilfe eines animierten Layouts das original Spielgefühl des 16-Bit Games und sprach damit die Zielgruppe der Gamer aus den 90ern mit nostalgischem Gamer-Charme an.

- Kreativität

Das Layout bestach durch eine echte Spieloptik im 16-Bit Look. Um die Sympathie der Newsletterleser zu gewinnen, wurde Wert darauf gelegt, dass **typische Spielelemente wie Super-Mario, Yoshi, die Sammelmünzen und das Jump 'n' Run-Gefühl** zu einem ganzen kreativen Konzept zu verbauen. Gekonnt wurden entsprechende Verkaufs- und Produktplatzierungen in das Layout eingebettet.

Das Layout

Ich bin animiert!

- Zielgruppenspezifisch

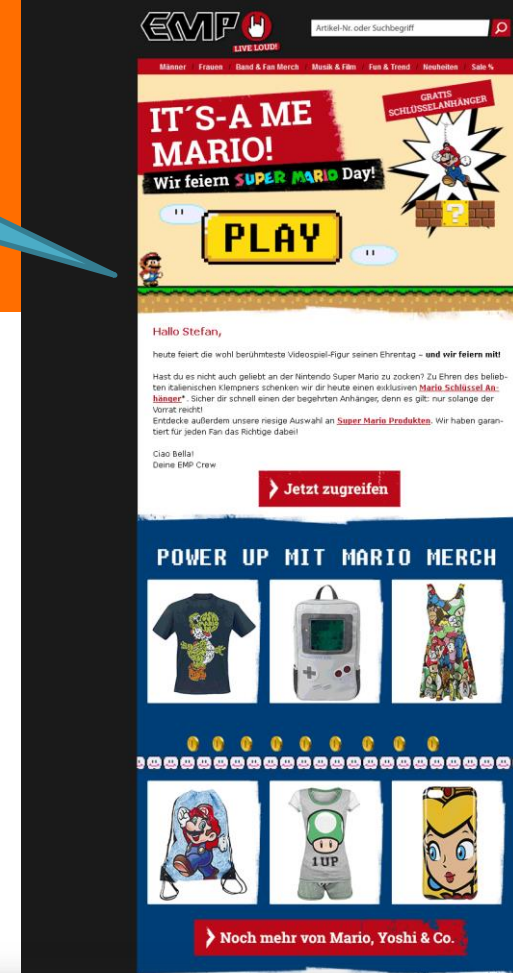
Gesendet wurde das Mailing in 9 verschiedene Länder an den jeweiligen gesamten Verteiler. Damit sollten sowohl Gamer angesprochen als auch die Zielgruppe der 90er Jahre inspiriert werden.

- Animation

Die Animation diente dazu, das 16-Bit Spiel im Newsletter-Look zum Leben zu erwecken. Besonders das gratis Produkt wurde geschickt hinter dem „Mario-Schatz-Button“ versteckt und gewährleistet eine längere Aufmerksamkeitsfokussierung der Newsletterleser.

- Produkt und Channels

Um die Zielgruppenwünsche genauer zu treffen wurden die Bestseller der Kategorie spezifisch dargestellt um den Gamern einen Einblick über die verschiedenen Merch-Artikel zu geben. Um den Multi-Channel-Ansatz zu gewährleisten, wurde parallel auf Facebook das Thema aufgegriffen und vertieft.



So sind wir das Mailing angegangen

- Konzeption

Ausgangspunkt für das Mailing war der Super Mario Day am 10. März 2016. Zu diesem Anlass sollte ein klick- und umsatzstarkes Mailing erstellt werden, das auf das Super Mario Sortiment aufmerksam macht und möglichst viele Verkäufe in der Gaming-Sparte erreichen sollte.

- Design

Der Anspruch an das Design war hoch. Der unverwechselbare Look des Super Mario Spiels sollte im Newsletter erweckt werden. Die Animation des Spielecharakters Super Mario sollte so spielgetreu wie möglich nachgebaut werden.

- Umsetzung

Neben der Umsetzung für den Desktop war auch die mobile Darstellung besonders wichtig, da auf mobilen Endgeräten wie Handys und Tablets der Look des Spieleprinzips noch unterstrichen werden sollte. Da die Animation nicht in allen Clients sichtbar ist, musste auch das animationslose Bühnenbild mit einem „PLAY“-Button klickstark umgesetzt werden und durch einen Gamification-Ansatz zum klicken animieren.



netnomics
email · social · marketing

Ihre Ansprechpartner

Stefan Ripperda

E.M.P. Merchandising
Handelsgesellschaft mbH
Darmer Esch 70 a
49811 Lingen

Fon: +49 (0) 591 / 91 43 368
Fax: +49 (0) 591 / 91 43 265

stefan.ripperda@emp.com
www.emp.de

Steffen Wörmke

netnomics GmbH
Großneumarkt 50
20459 Hamburg

Fon: +49 (0) 40 / 63 60 784 - 26
Fax: +49 (0) 40 / 63 60 784 – 29

steffen.woermke@netnomics.com
www.netnomics.com