

# **E-MAIL-AWARD 2018**

**Thomas Sabo**

**Leadgenerierungs-Kampagne**

**Matthias Maibaum,**  
COO bei ReachAd



# ABOUT REACHAD

Als **Full-Service-Agentur** mit Sitz in München zählt **ReachAd** zu den führenden Unternehmen im Bereich **Digitales Marketing** in Europa und bietet folgende Services:



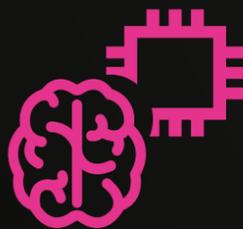
Entwicklung von  
**Cross-Channel-Strategien** für  
**Brand- und Performance-Marketing**



Zielgenaue Auslieferung  
von **E-Mail-, Mobile- und  
Display-Werbekampagnen**



Spezialisierung auf  
**Vermarktung von exklusiven  
E-Mail-Verteilern**



Eigene  
**State-of-the-Art-Technologien**



**Internationale  
Reichweiten**



Umfangreicher  
**Pool an Userprofilen**

BVDW  
MITGLIED

DDV  
Deutscher  
Dialogmarketing  
Verband e.V.

REACH!  
AD

# GRUND FÜR DIE TEILNAHME



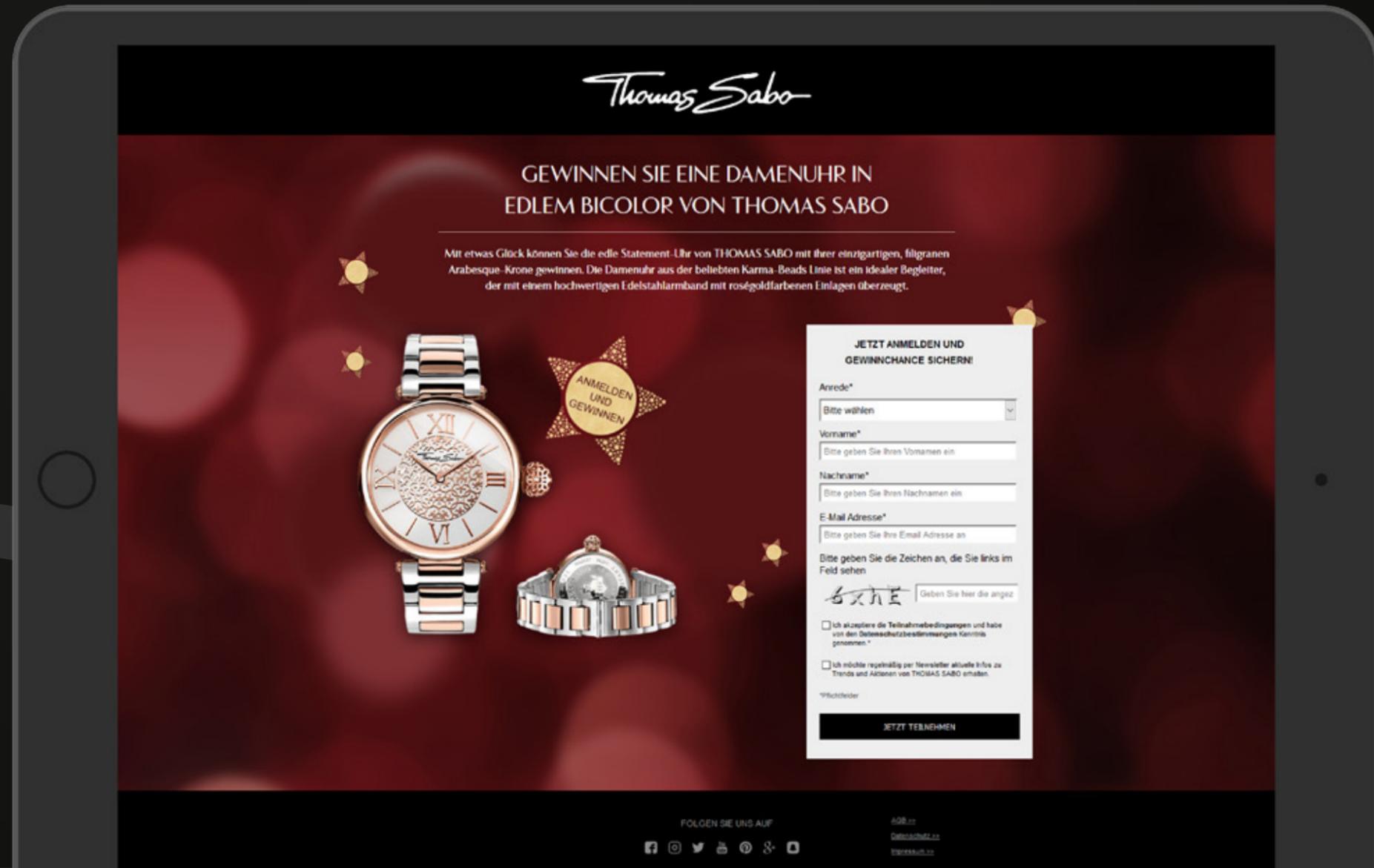
Der Award gibt uns die Möglichkeit zu präsentieren, dass **wir seit Jahren gemeinsam mit unseren Kunden hochstandardisierte und innovative Kampagnen erstellen.**



# THOMAS SABO

## X-MAS-GEWINNSPIEL

E-Mail-Marketing-Kampagne  
zur Leadgenerierung



Thomas Sabo

GEWINNEN SIE EINE DAMENUHR IN  
EDLEM BICOLOR VON THOMAS SABO

Mit etwas Glück können Sie die edle Statement-Uhr von THOMAS SABO mit ihrer einzigartigen, filigranen Arabesque-Krone gewinnen. Die Damenuhr aus der beliebten Karma-Beads Linie ist ein idealer Begleiter, der mit einem hochwertigen Edelstahlarmband mit roségoldfarbenen Einlagen überzeugt.

**ANMELDEN UND GEWINNEN**

**JETZT ANMELDEN UND GEWINNCHANCE SICHERN!**

Anrede\*  
Bitte wählen

Vorname\*  
Bitte geben Sie Ihren Vornamen ein

Nachname\*  
Bitte geben Sie Ihren Nachnamen ein

E-Mail Adresse\*  
Bitte geben Sie Ihre E-Mail Adresse an

Bitte geben Sie die Zeichen an, die Sie links im Feld sehen  
Geben Sie hier die angez

Ich akzeptiere die Teilnahmebedingungen und habe von den Datenschutzbestimmungen Kenntnis genommen.

Ich möchte regelmäßig per Newsletter aktuelle Infos zu Trends und Aktionen von THOMAS SABO erhalten.

\*Wichtfelder

JETZT TEILNEHMEN

FOLGEN SIE UNS AUF

Facebook Instagram Twitter YouTube Pinterest LinkedIn

© 2018 Thomas Sabo  
Dietrichstr. 22  
10178 Berlin

# ÜBER

# THOMAS SABO

Thomas Sabo

**Thomas Sabo ist international eines der führenden Unternehmen im Bereich Schmuck und Uhren, das Lifestyle-Produkte für Frauen und Männer designt und vertreibt.**

## HINTERGRUND

Thomas Sabo wollte das inhouse CRM (Customer-Relationship-Management) mit neuen Leads anreichern. Dafür entwickelten wir eine exklusive mehrstufige, individualisierte **E-Mail-Marketing-Kampagne** und eine effiziente **segmentspezifische Incentivierung** für maximalen Erfolg.

Mittel dafür war ein **Gewinnspiel** in der Weihnachtszeit 2017 für eine hochwertige Damenuhr von Thomas Sabo.

Die E-Mail-Kampagne zur Neukundengewinnung markierte die zweite Zusammenarbeit zwischen Thomas Sabo und uns.

# ZIELE

## DURCH DIE E-MAIL-KAMPAGNE...

- 1.** sollten **hochwertige Leads** generiert werden.
- 2.** sollte das **Werbeeinverständnis** der Gewinnspiel-Teilnehmer für das CRM von Thomas Sabo **eingeholt werden**.
- 3.** sollte die **Marke** Thomas Sabo **an Sympathie sowie Bekanntheit** in der Öffentlichkeit gewinnen.

# ZIELGRUPPE

Zielgruppen-Identifikation durch fortlaufende Segmentierung und Selektion (B2C).

**FRAUEN**



**> 25**

Jahre



**SCHMUCK,  
MODE,  
LIFESTYLE,  
BEAUTY**

Affinität

**> 2.500 €**

Nettoeinkommen

# UMSETZUNG



## 1. Erstellung des E-Mail-Werbemittels

(Bulletproof & Responsive)

- **Spam-Check:** Sicherstellung, dass das Mailing nicht Spam relevant ist.
- Gleiche Darstellung des Mailings auf jedem Device.

## 2. Aufbau der Landingpage

(Bulletproof & Responsive).

## 3. Ausarbeitung & gestalterische Anpassung

der Texte für das E-Mail-Werbemittel, die Landingpage & Double-Opt-in-Mailing.

## 4. Aussteuerung & Optimierung

der Kampagne über mehrere externe E-Mail-Verteiler an die definierte Zielgruppe mit personalisierter Ansprache.

## 5. Automatische Lead-Überprüfung

auf Wiederholungen, Fakes bzw. fehlerhafte Daten.

## 6. Wöchentliches Daten-Update

an Thomas Sabo > **Einspeisung der Daten** in Thomas Sabo-Datenbank.

# KAMPAGNENABLAUF

Die Kampagne war in vier aufeinander aufbauende Stufen gegliedert:



**STUFE 1:**

Versand E-Mail-  
Werbemittel



**STUFE 2:**

Landingpage



**STUFE 3:**

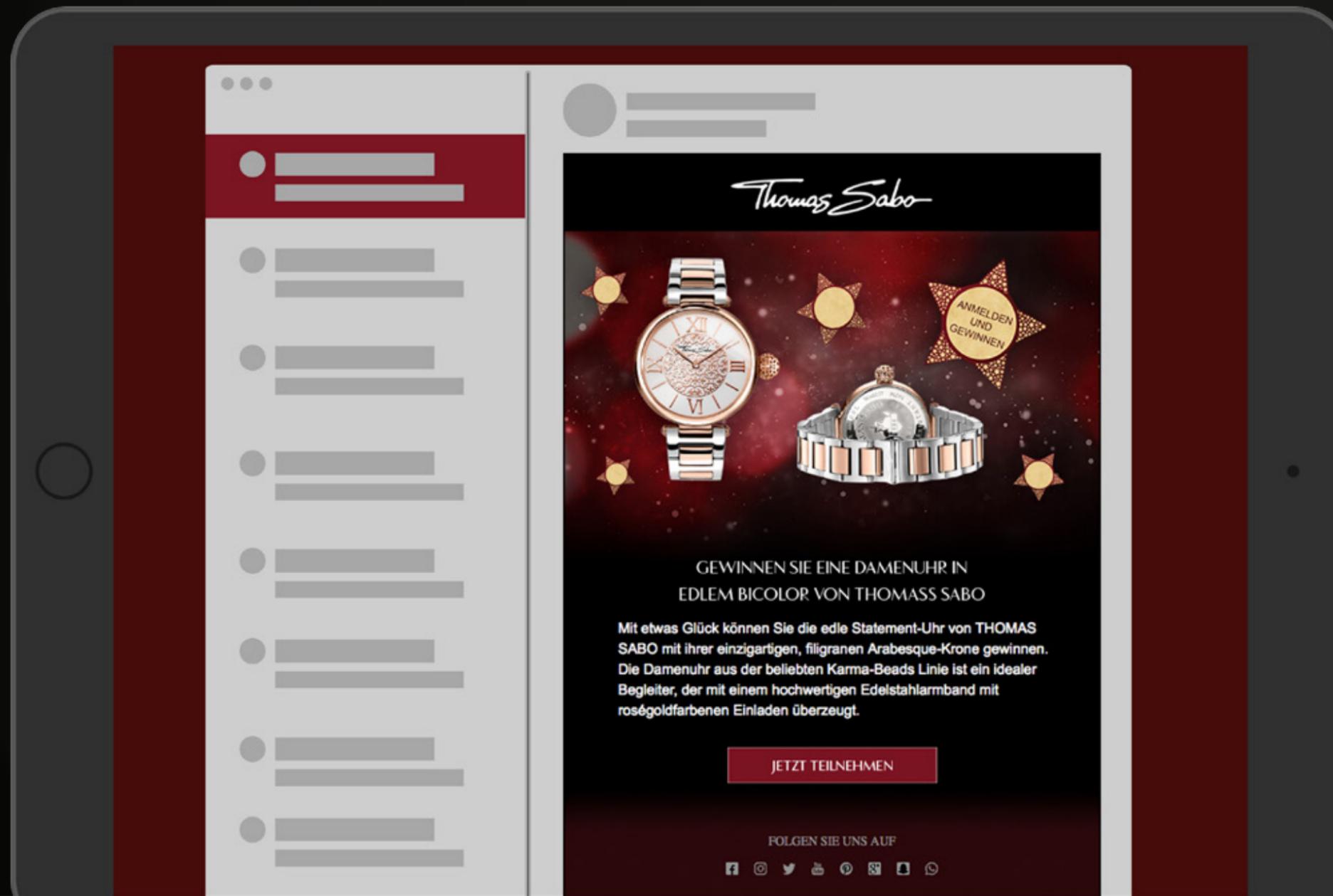
Double-Opt-in-  
Verfahren



**STUFE 4:**

Finale Bestätigung

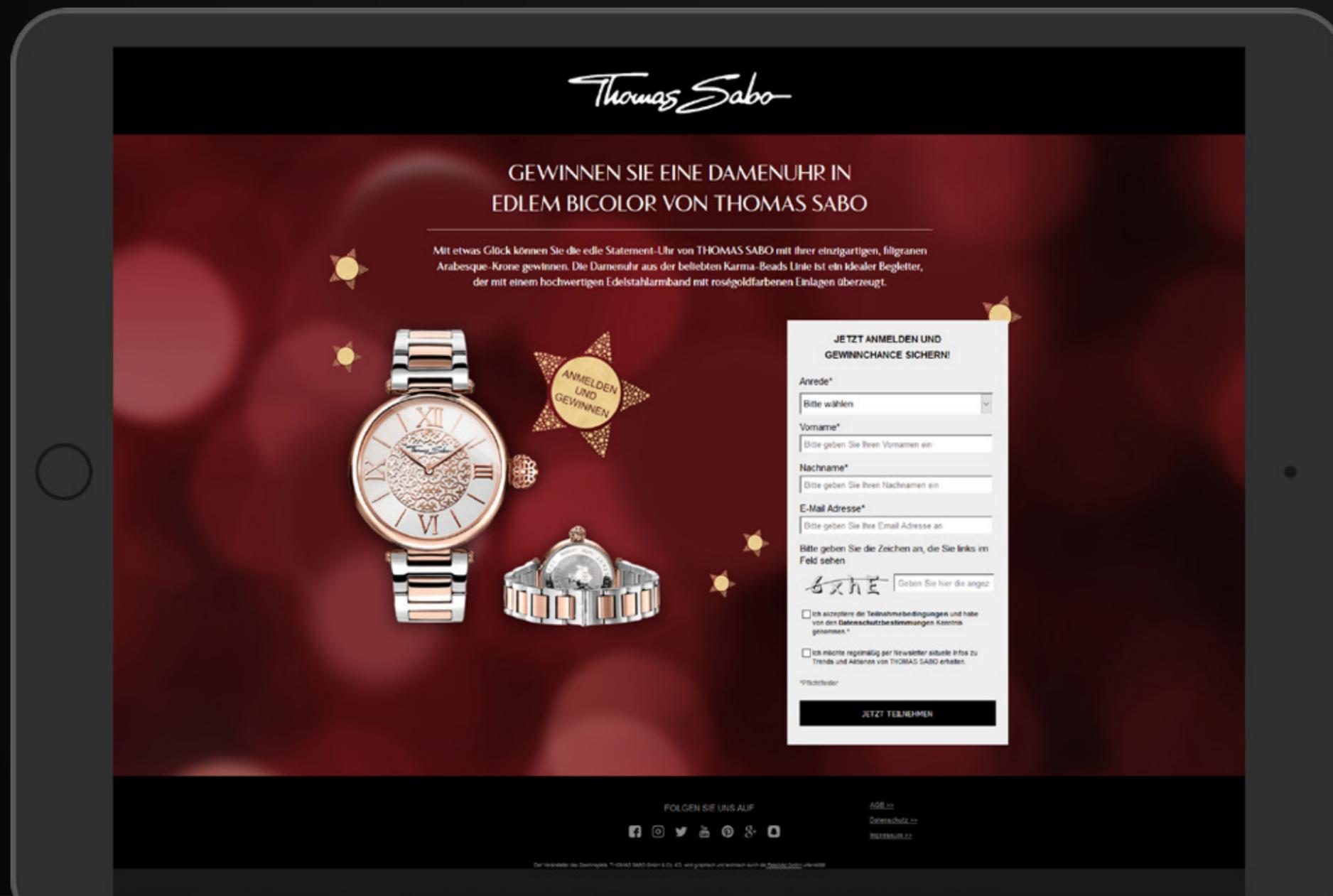
# KAMPAGNENABLAUF



## STUFE 1:

E-Mail-Versand an die von uns definierte Zielgruppe mit personalisierter Ansprache.

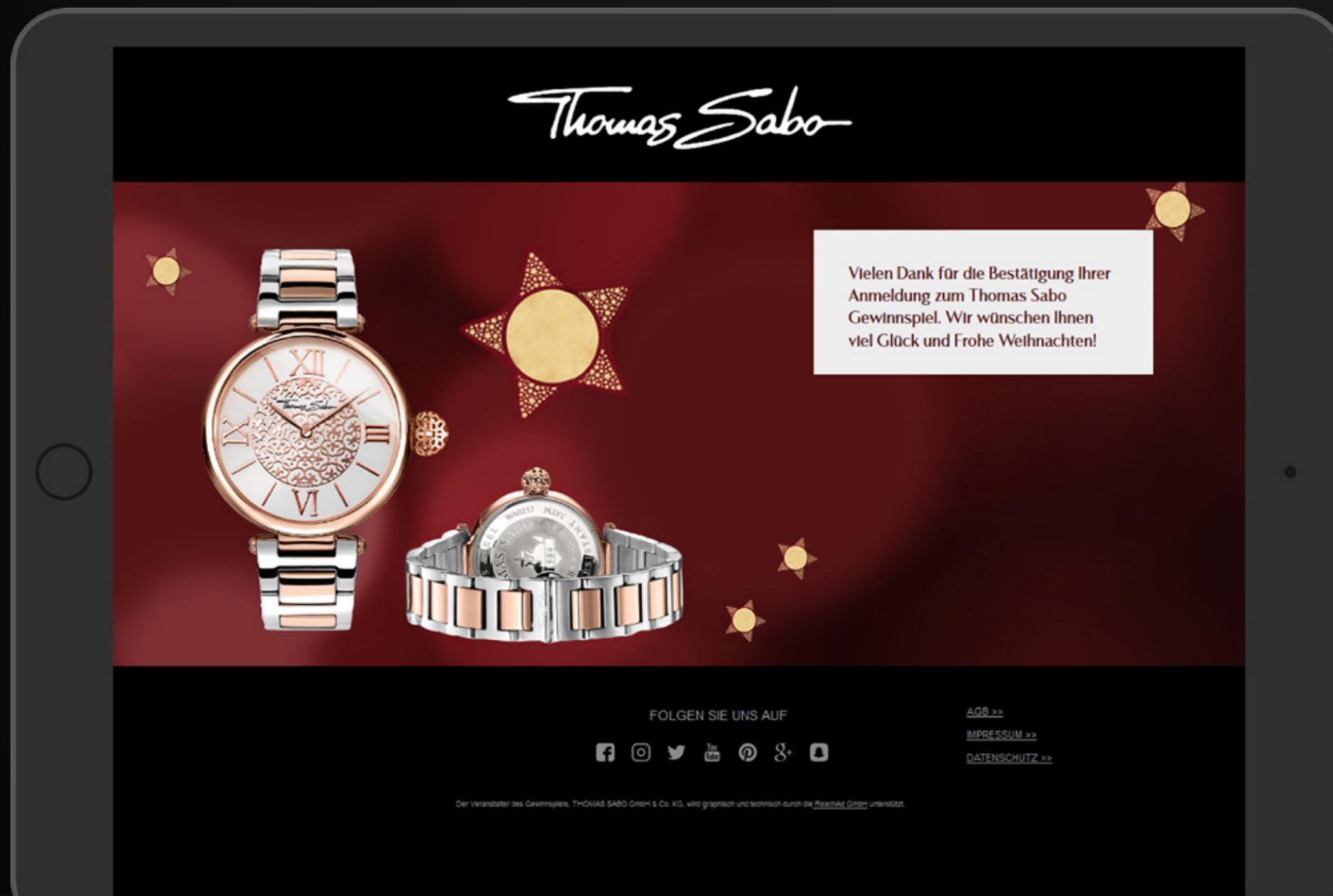
# KAMPAGNENABLAUF



## STUFE 2:

User folgte dem Mailing-Hinweis zur Landingpage mit dem Gewinnspiel.

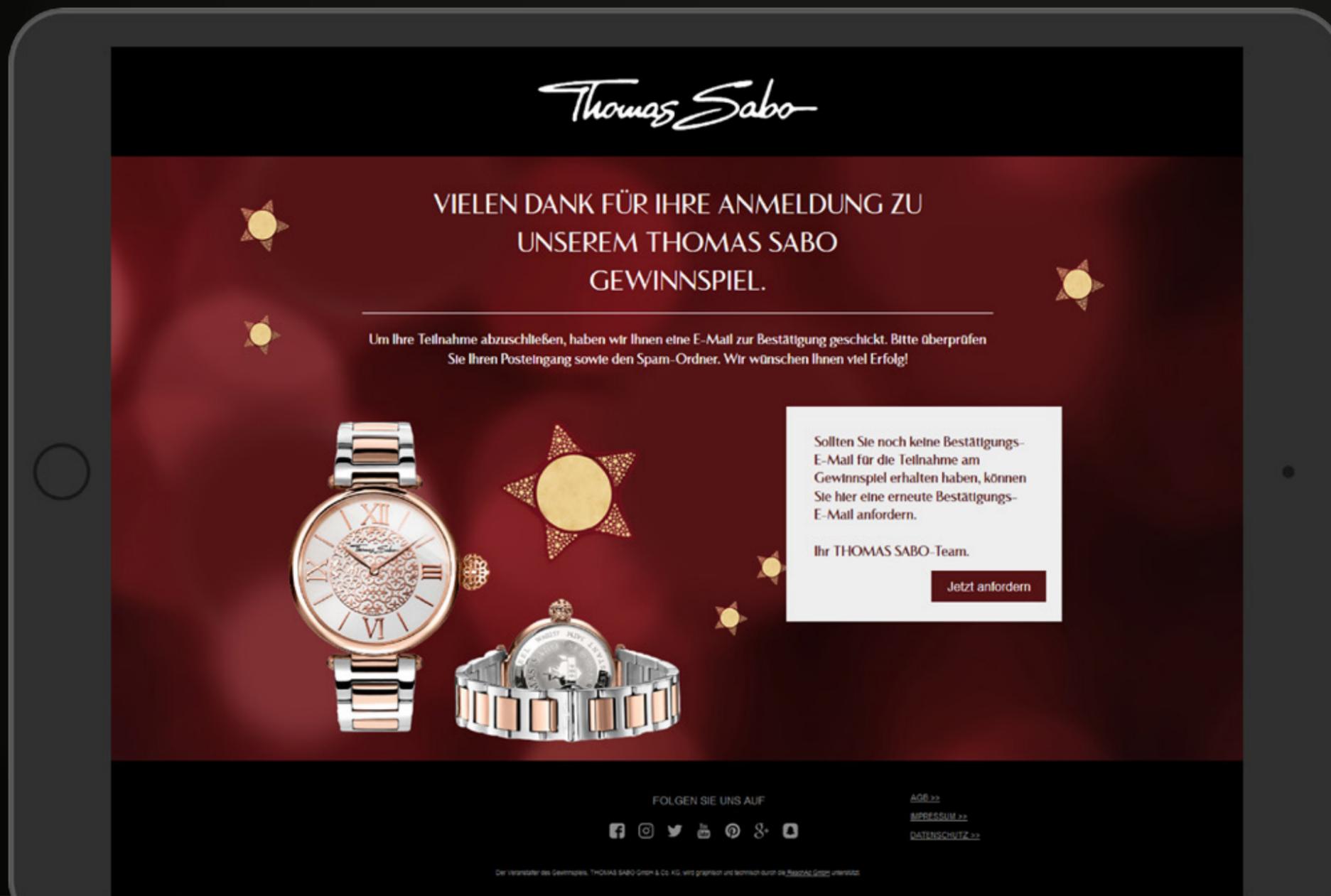
# KAMPAGNENABLAUF



## STUFE 3:

User registrierte sich auf der Landigpage und bestätigte die Anmeldung via Double-Opt-in-Verfahren.

# KAMPAGNENABLAUF



## STUFE 4:

User bestätigte seine Gewinnspielteilnahme via Double-Opt-in-Verfahren.

# ERGEBNISSE



**27%**  
Öffnungsrate



**30%**  
CTR  
(Click-Through-Rate)



**42%**  
DOI-Leads  
Conversion-Rate



**50%**  
SOI-Leads  
Conversion-Rate

**84%**

Wandlungsrate  
SOI zu DOI



# BESONDERHEITEN



Wir haben Thomas Sabo mit dieser Kampagne **alles aus einer Hand geboten**: Von der Technik über die Kreation bis hin zur Vermarktung zeichneten wir verantwortlich.

Für Thomas Sabo haben wir **automatisiert die Qualifizierung der Registrierungen vorgenommen**, um Wiederholungs-, Fake- oder Nonsens-Einträge direkt aussortieren zu können. So konnten wir **bereinigte und hochqualifizierte Leads ausliefern**.

**Wir sind froh, bei der Leadgenerierung exklusiv mit ReachAd zusammengearbeitet zu haben.** Hier konnten wir uns sicher sein, dass die Digitalagentur einer **klar strukturierten Strategie und** aufeinander **aufbauenden Maßnahmen** folgt. Insbesondere, dass wir alles aus einer Hand geliefert bekommen haben und so nicht mehrere Agenturen steuern mussten, **hat uns überzeugt** und zu **einem bequemen Kampagnen-Ablauf** beigetragen.

**CORINNA BACHMEIER,**  
Head of Sales von Thomas Sabo

**VIELEN**

**DANK!**

**REACH!**  
**AD**