

E-MAIL-AWARD 2018

Thomas Sabo

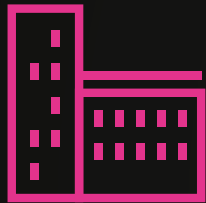
Leadgenerierungs-Kampagne

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:



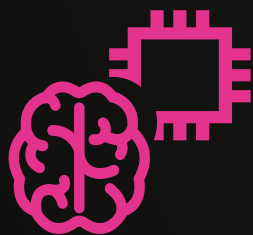
Entwicklung von
Cross-Channel-Strategien für
Brand- und Performance-Marketing



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



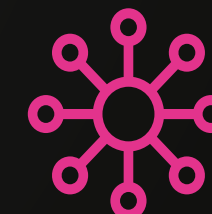
Spezialisierung auf
**Vermarktung von exklusiven
E-Mail-Verteilern**



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
EDELEM 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
6XHE Geben Sie hier die angezeigten Zeichen ein

☐ 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.

*Pflichtfelder

JETZT TEILNEHMEN

FOLGEN SIE UNS AUF

Instagram Facebook Twitter YouTube Pinterest Google Plus

© 2018 Thomas Sabo
Datenschutz Impressum

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



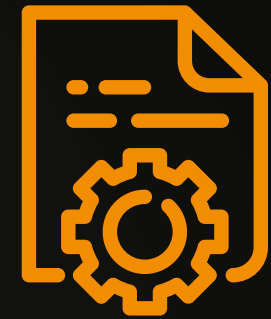
**SCHMUCK,
MODE,
LIFESTYLE,
BEAUTY**

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

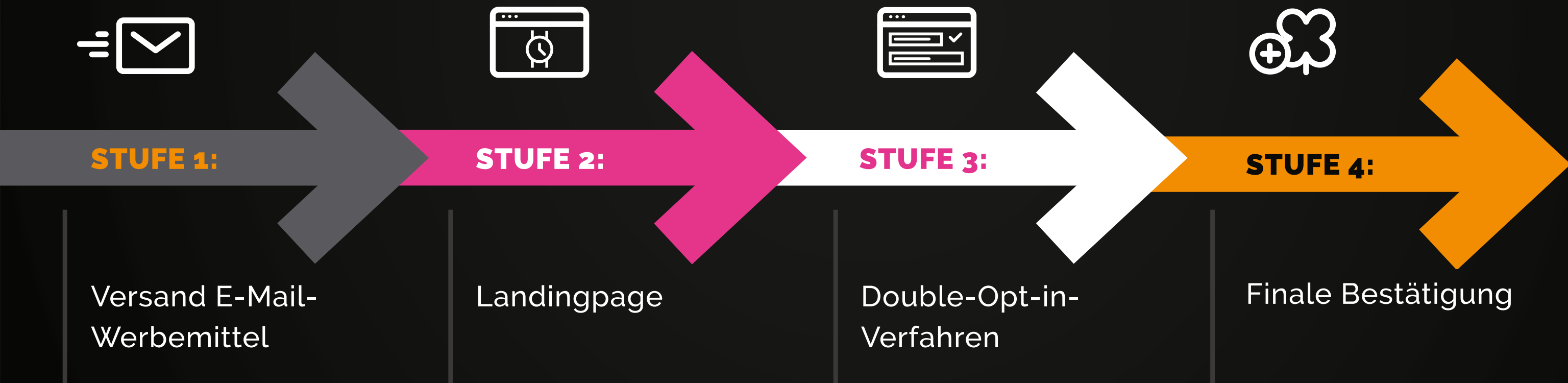
der Kampagne über mehrere externe E-Mail-Verteiler an die definierte Zielgruppe mit personalisierter Ansprache.

5. Automatische Lead-Überprüfung auf Wiederholungen, Fakes bzw. fehlerhafte Daten.

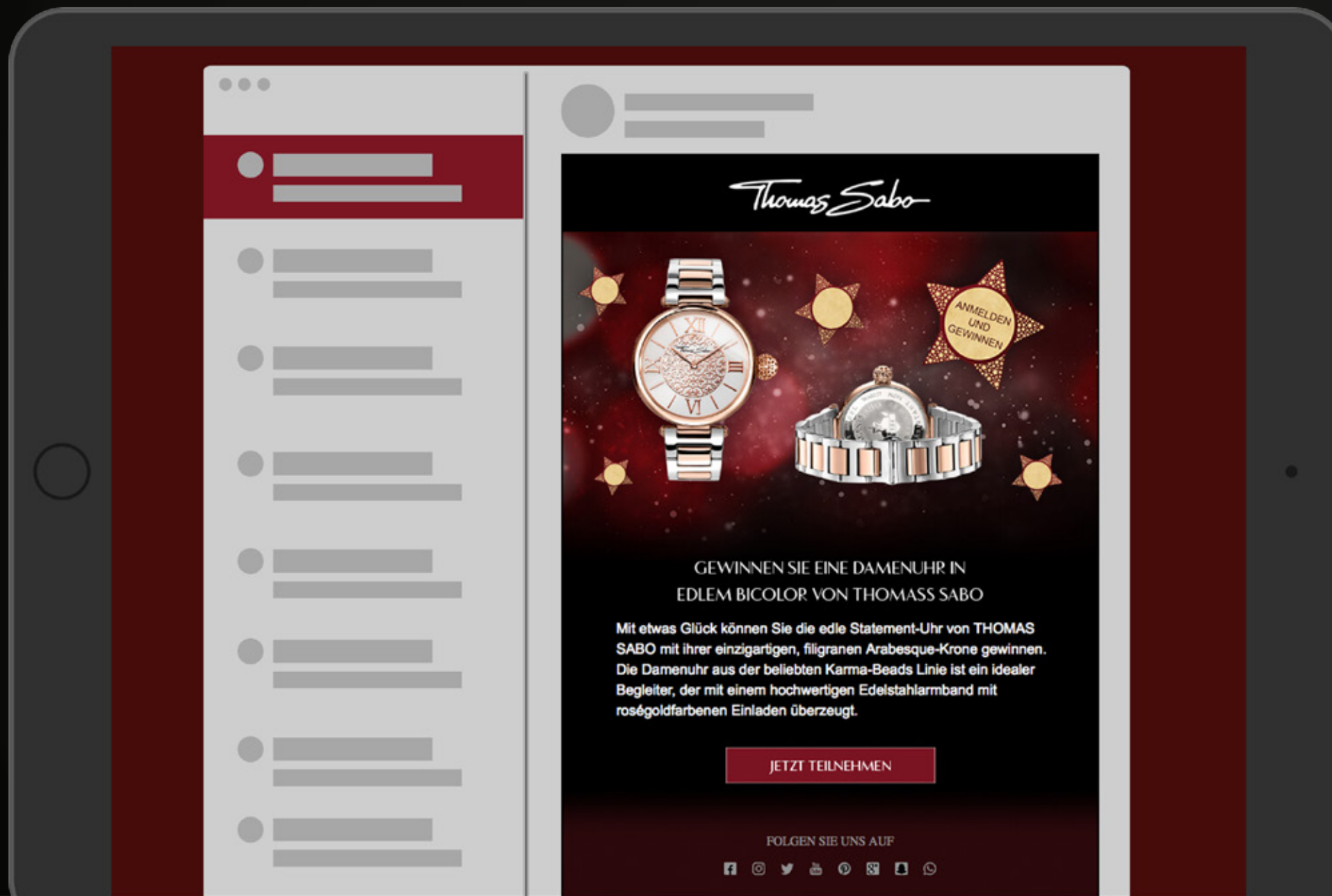
6. Wöchentliches Daten-Update an Thomas Sabo ➤ Einspeisung der Daten in Thomas Sabo-Datenbank.

KAMPAGNENABLAUF

Die Kampagne war in vier aufeinander aufbauende Stufen gegliedert:



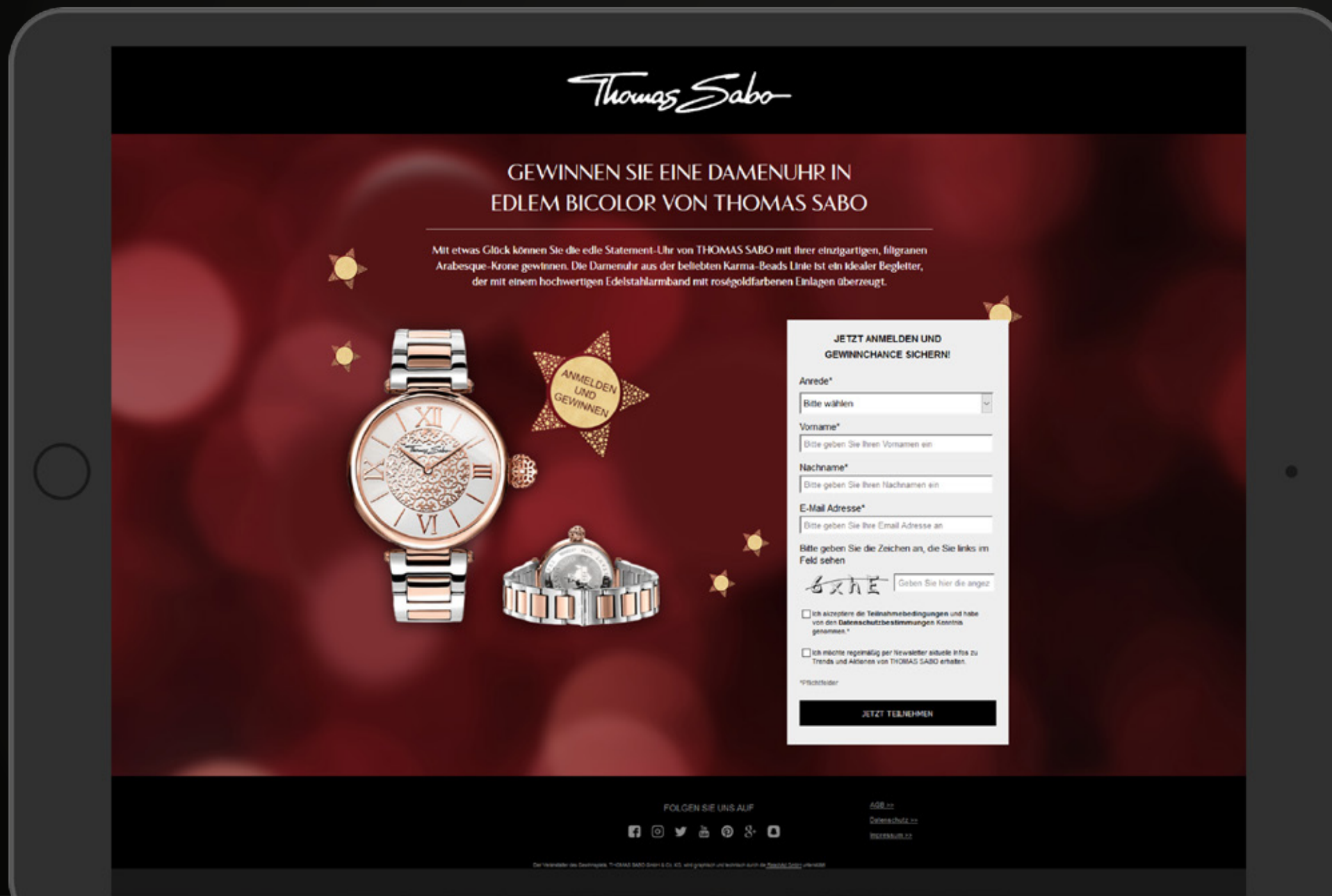
KAMPAGNENABLAUF



STUFE 1:

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

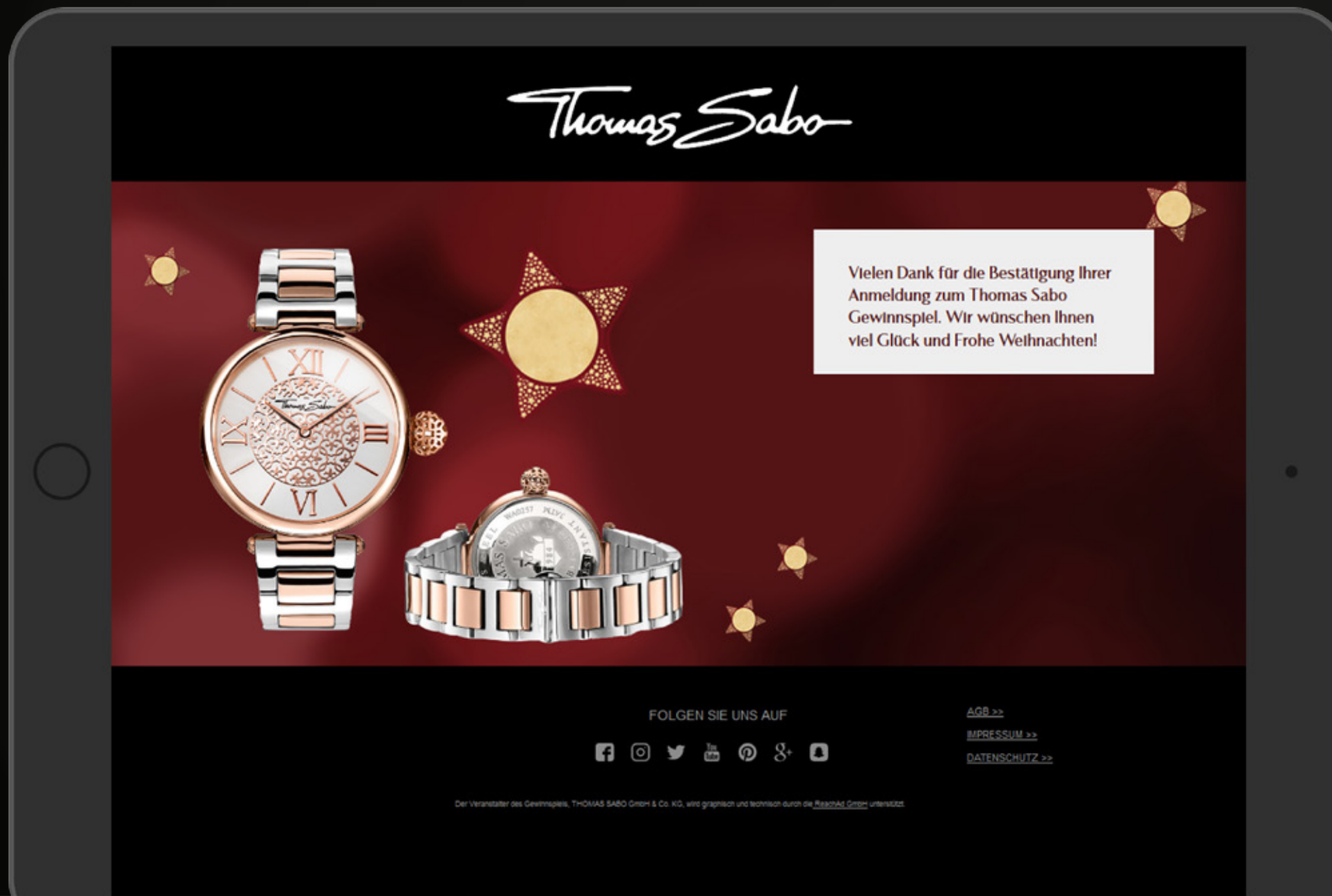
KAMPAGNENABLAUF



STUFE 2:

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

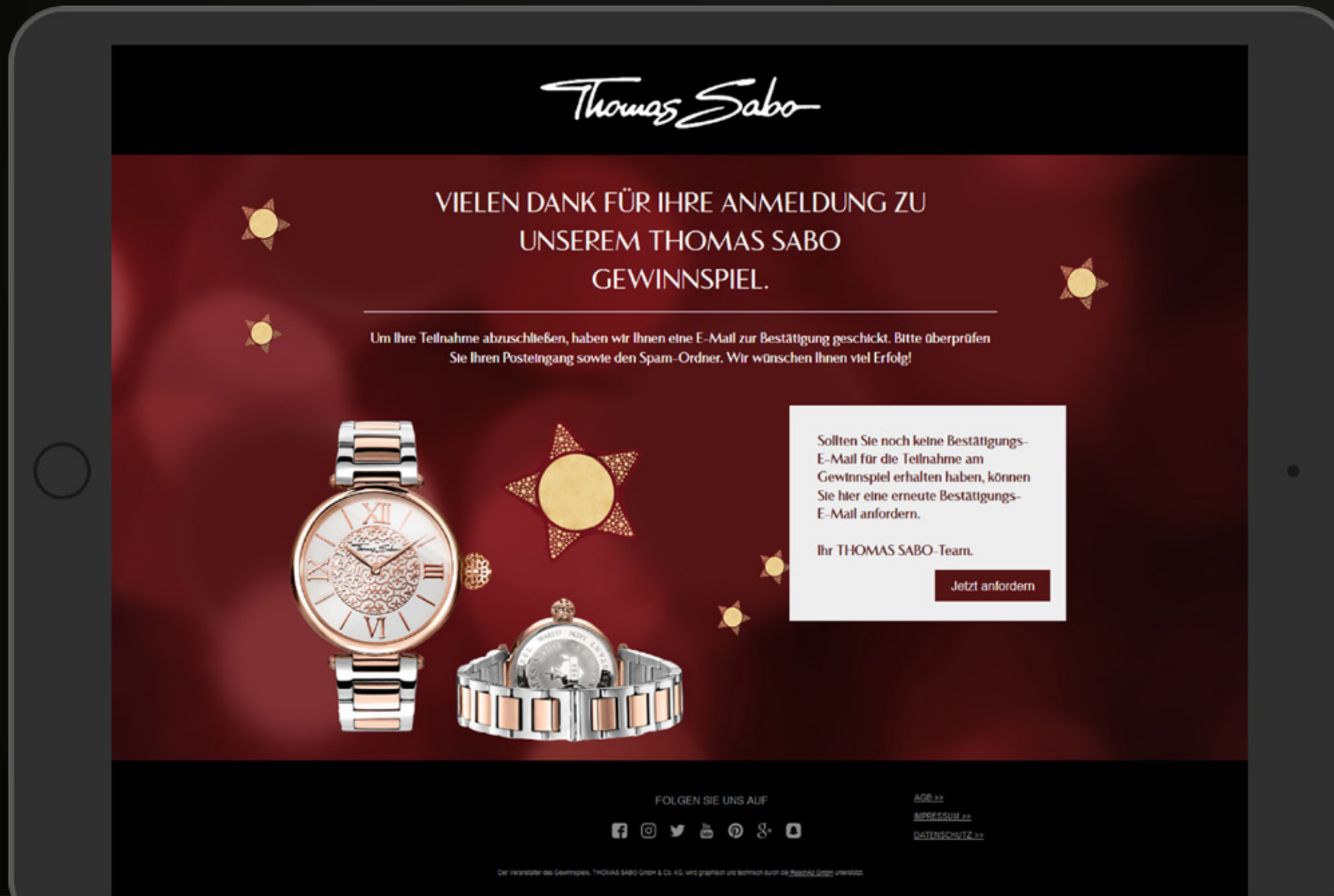
KAMPAGNENABLAUF



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!

