

E-MAIL-AWARD 2018

Air France

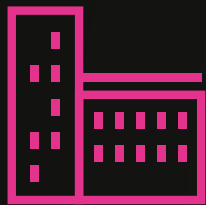
Leadgenerierungs-Kampagne

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:



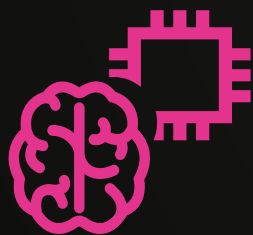
Entwicklung von
Cross-Channel-Strategien für
Brand- und Performance-Marketing



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



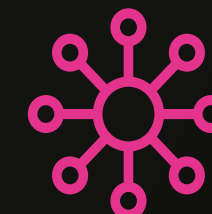
Spezialisierung auf
**Vermarktung von exklusiven
E-Mail-Verteilern**



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



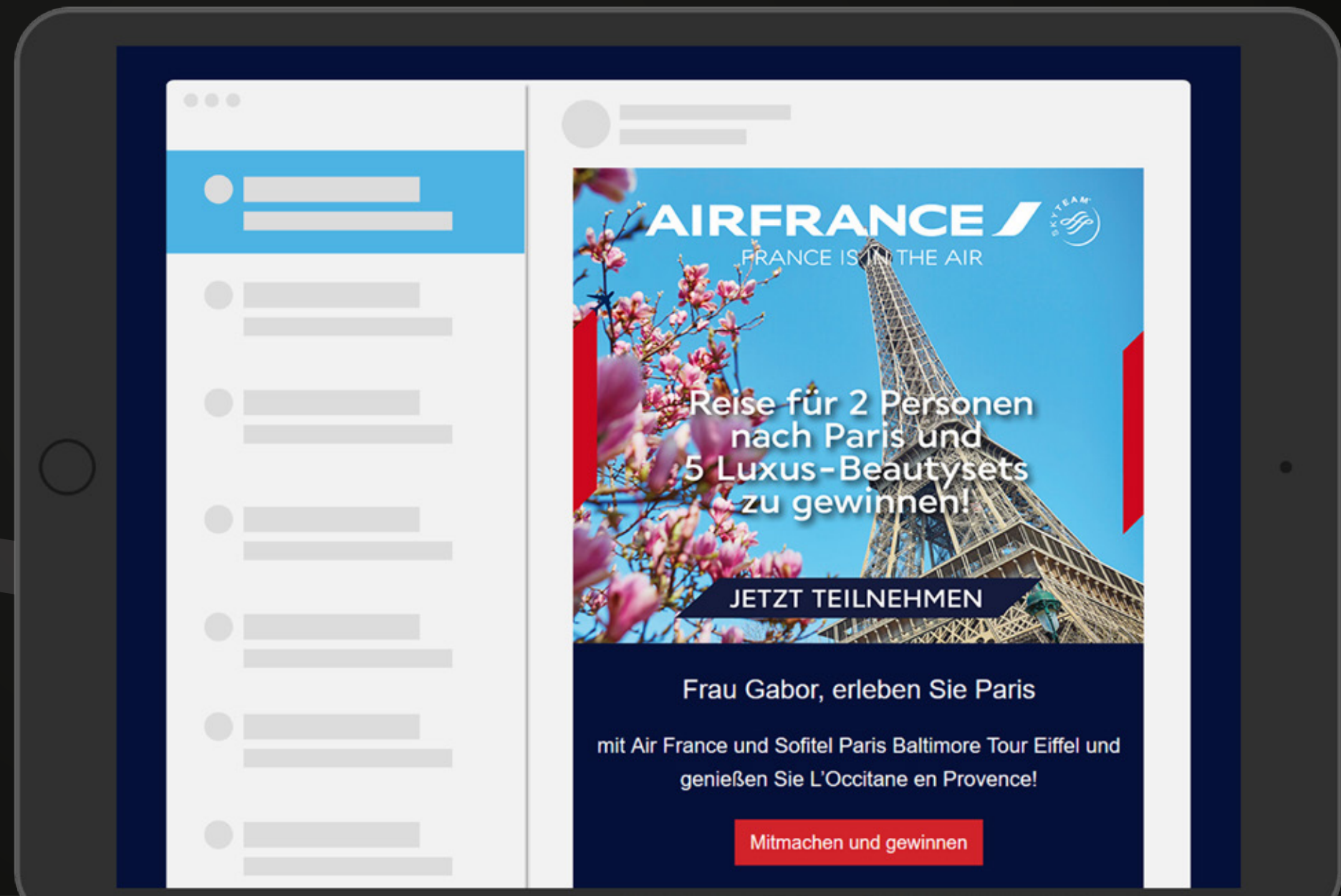
Der Award gibt uns die Möglichkeit zu präsentieren,
dass **wir seit Jahren gemeinsam mit unseren Kunden**
hochstandardisierte und innovative Kampagnen erstellen.



AIR FRANCE

„FRANCE IS IN THE AIR“-GEWINNSPIEL

E-Mail-Marketing-Kampagne
zur Leadgenerierung



ÜBER AIR FRANCE

HINTERGRUND

Air France wollte das eigene 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 für die Incentivierung war ein **Gewinnspiel**, bei dem unter allen Teilnehmern als Hauptgewinn eine Reise für zwei Personen nach Paris sowie ein Luxus-Beautysset für fünf weitere Gewinner verlost wurden.

Die E-Mail-Kampagne zur Neukundengewinnung ist **eine von vielen Kampagnen**, die wir für Air France bisher erfolgreich umgesetzt haben.

Air France ist die nationale Fluggesellschaft Frankreichs mit Sitz in Paris und Basis auf dem Flughafen Paris-Charles-de-Gaulle.

AIRFRANCE

ZIELE

DURCH DIE E-MAIL-KAMPAGNE...

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

ZIELGRUPPE

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

**FRAUEN &
MÄNNER**



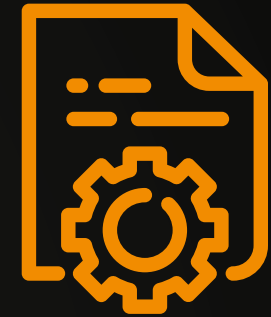
> 25
Jahre



REISE
Affinität

> 3.000 €
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. Aussteuerung & Optimierung der Kampagne

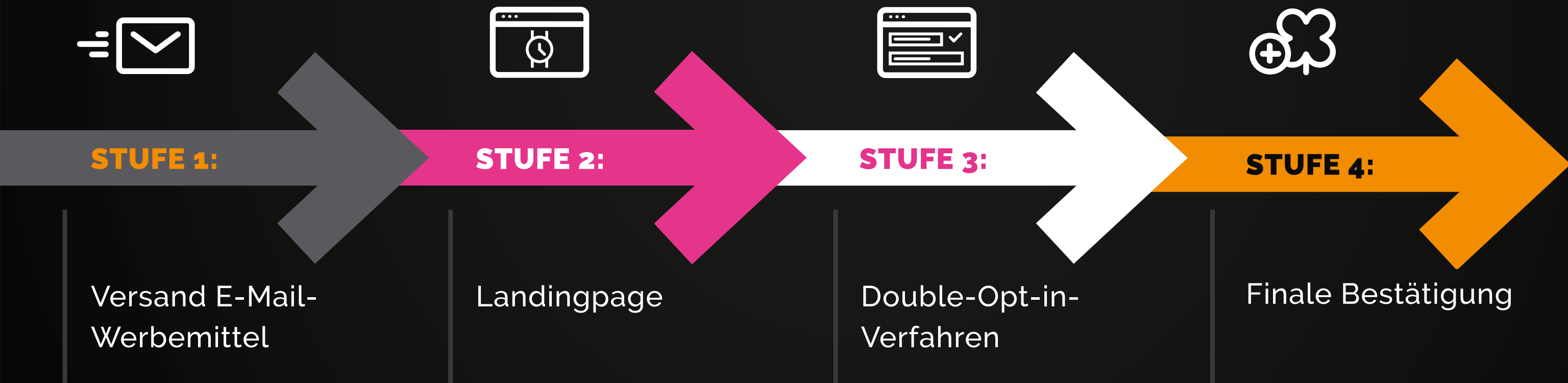
über mehrere externe E-Mail-Verteiler an die definierte Zielgruppe mit personalisierter Ansprache.

3. Automatische Überprüfung der generierten Leads auf Wiederholungen, Fakes bzw. fehlerhafte Daten

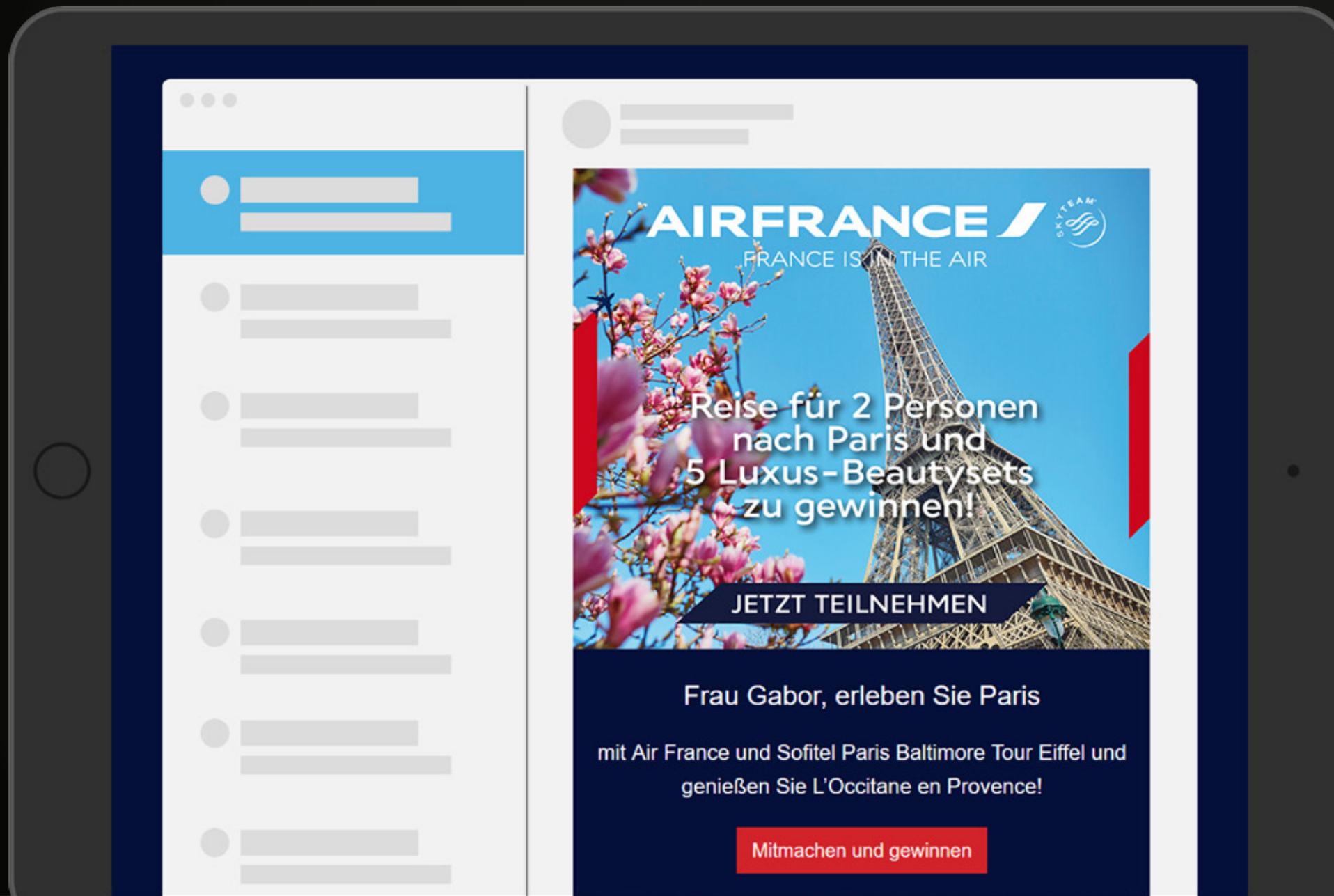
4. Mailing-Frequenz lag bei maximal zwei E-Mails pro User im Kampagnenzeitraum von 30 Tagen.

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 (wurde von Air France erstellt) mit Gewinnspiel.

KAMPAGNENABLAUF

Wie nennt man das typische Lebensgefühl in Paris?

☒ Savoir-vivre
☐ Take it easy
☐ Savoir-faire

☒ Frau ☐ Herr

Vorname* Stefanie

Nachname* Gabor

E-Mail* s.gabor@email.com

Geburtsdag 01.02.1988

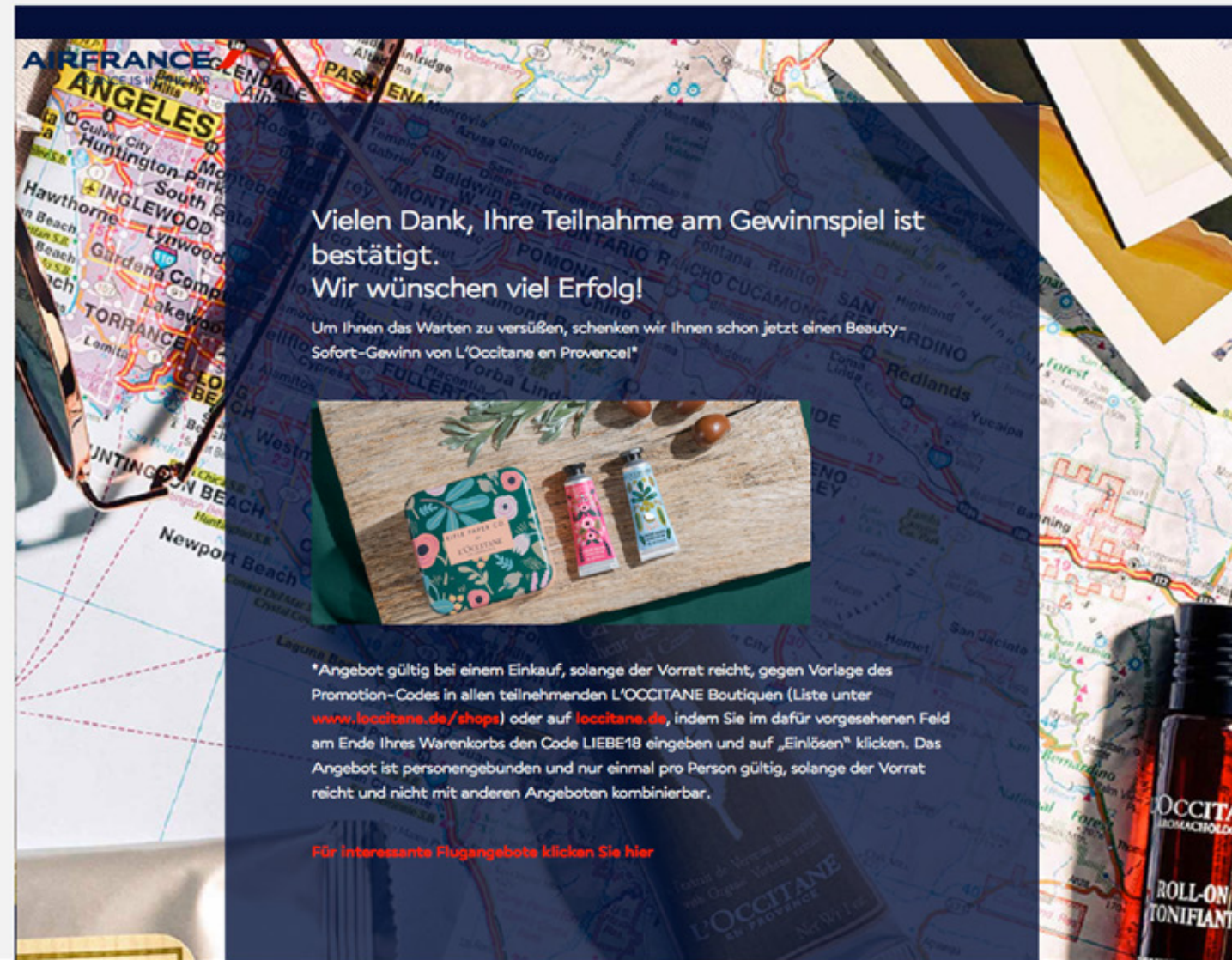
☒ Ich möchte weitere interessante Informationen und Angebote von Air France erhalten.
☒ Ich möchte Exklusiv-Angebote von der L'Occitane-Gruppe/L'Occitane GmbH erhalten.
☒ Mit den Teilnahmebedingungen* erkläre ich mich einverstanden.

Absenden

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



22%

Öffnungsrate



25%

CTR

(Click-Through-Rate)



44%

Conversion-Rate

BESONDERHEITEN



RELEVANTE INHALTE

Die Kampagne erfüllte mit hohen Öffnungs- und Klickraten die gesetzten KPIs und war somit ein phantastischer Erfolg.

KUNDENZUFRIEDENHEIT

Wir kreieren seit Jahren immer wieder E-Mail-Marketing-Kampagnen für Air France, die sowohl CI-konform, responsive und bulletproof sind als auch in die Gesamtkommunikation des Unternehmens passen.

VIELEN

DANK!

