

PRESSEMITTEILUNG

Westfalia steigert Conversion Rate mit erfolgreicher E-Mail-Print-Kombination

Berlin, 12. Mai 2015 – Der Werkzeug- und Elektronikspezialist Westfalia konnte mit Hilfe einer gezielten Print-Kampagne seine Conversion Rate bei E-Mail-Empfängern erfolgreich steigern. Umgesetzt wurde die integrierte Maßnahme im Zusammenspiel mit optivo, einem der größten E-Mail- und Omnichannel-Marketing-Dienstleister Europas, und erzielte mit einer Conversion Rate von 0,43 Prozent einen Uplift von 15 Prozent im Vergleich zu ähnlichen Kampagnen.

Westfalia ist auf den Verkauf von Werkzeug, Elektronik, Haus und Garten sowie auf Autozubehör spezialisiert. Das Angebot an Werkzeugen und Technikartikeln ist führend in Europa. Online ist das Warensortiment auf www.westfalia.de verfügbar. Um seine Kunden mit gezielten und individuellen E-Mails anzusprechen, setzt Westfalia bereits seit längerem sehr erfolgreich auf die E-Mail- und Omnichannel-Plattform optivo[®] *broadmail*.

Hier fand sich auch die Basis für die erfolgreiche E-Mail-Print-Maßnahme: Wie von ihren Newslettern gewohnt erfolgte der Versand der insgesamt fünf Mailingvarianten für Westfalia automatisiert und hochgradig individualisiert mit optivo[®] *broadmail*. Die einzelnen Print-Mailings wurden in der Online-Software per Template auf Basis einer maßgeschneiderten Druckvorlage angelegt. Die Produktion in bester Digitaldruckqualität sowie das weitere Handling der Print-Aktion übernahm die Deutsche Post, seit 2013 das Mutterunternehmen von optivo. Neben dem Druck umfassten die Leistungen der Deutschen Post auch das Falten, das Kuvertieren, das Frankieren und die Zustellung der Print-Mailings.

Das personalisierte Nachfassen per Brief nutzte relevante Kommunikationsanlässe beim Empfänger: Die Print-Ansprache der Nicht-Reagierer im E-Mail-Kanal griff die Nichteinlösung des Online-Gutscheins auf. Hierbei ging Westfalia davon aus, dass die E-Mail-Empfänger noch nicht das passende Angebot gefunden hatten und setzte auf eine ansprechende sowie aktivierende Erinnerung per Print. Das Anschreiben erfolgte auf Westfalia-Briefpapier und enthielt eine maßgeschneiderte Ansprache, eine klare Vorteilskommunikation bereits im Print-Betreff sowie eine prominent platzierte Gutscheininformation zur Erinnerung.

Bei den Print-Mailings zur Reaktivierung inaktiver Kontakte setzte Westfalia mit einem traurigen Hund als visuelles Element sowie dem Hinweis „Wir vermissen Sie“ auf einen zugespitzten und emotionalen Ansatz. Auch hier kamen wieder eine individuell ausgelegte Ansprache, das Gutscheinangebot sowie eine Aufforderung zum erneuten Besuch von www.westfalia.de zum Einsatz. Zusätzlich warb ein auffälliges Aktionsbanner für ein spezielles Angebot.

Mit den Ergebnissen der integrierten Print-Maßnahme war Westfalia sehr zufrieden – im Rahmen der Kampagne konnte eine Vielzahl maßgeschneiderter Werbesendungen denkbar einfach und effektiv verschickt werden. Die Conversion Rate lag bei 0,43 Prozent und erzielte damit eine Steigerung von 15 Prozent im Vergleich zu ähnlichen Kampagnen in der Vergangenheit. Zudem hat die Maßnahme zu einer Aktivierung inaktiver E-Mail-

Empfänger geführt. Auch verzeichnete Westfalia im Anschluss an die Aktion mehr Besuche im eigenen Online-Shop auf www.westfalia.de.

Marios Papadias, zuständig für Online-Marketing/E-Commerce bei Westfalia, zeigt sich hocherfreut über die Ergebnisse der Kampagne: „Für uns als Spezialversender ist der Print-Kanal absolut umsatzrelevant. Mit optivo können wir E-Mail und Print ohne größeren Aufwand kombinieren. Besonders spannend sind die großen Individualisierungsmöglichkeiten. Sowohl der Versand der Brief-Mailings als auch die Resonanz in unserem Online-Shop war erfolgreich.“

Über optivo

optivo ist einer der größten E-Mail- und Omnichannel-Marketing-Dienstleister in Europa. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Berlin ist in weiteren europäischen Märkten vertreten und gehört zu den technologisch führenden Anbietern und Trendsettern in der Branche. optivo bietet Omnichannel-Lösungen und -Dienstleistungen für erfolgreiches Dialogmarketing via E-Mail, Mobile/SMS, Web, Social Media, Fax und Print. Das Portfolio reicht vom Versand von Newslettern und Kampagnenmails über Professional Services und Beratungsleistungen bis hin zu regelmäßigem Know-how-Transfer für eine effektive Kommunikation. Mit der Cloud-Software optivo® broadmail bietet optivo seinen mehr als 1.000 Kunden eine marktführende Lösung für automatisierte und Umsatz steigernde One-to-One-Dialoge. Seit 2013 ist optivo ein Unternehmen von Deutsche Post DHL Group. Weitere Informationen unter www.optivo.de

Ansprechpartner für die Medien

optivo GmbH

Harald Oberhofer
Leiter Corporate Communications & PR
Wallstraße 16
D-10179 Berlin

Telefon +49 (0)30.76 80 78-117

Telefax +49 (0)30.76 80 78-499

E-Mail presse@optivo.de

Internet www.optivo.de

ELEMENT C GmbH

Christoph Hausel
Aberlestraße 18
D-81371 München

Telefon +49 (0)89.720 137-20

Telefax +49 (0)89.720 137-10

E-Mail c.hausel@elementc.de

Internet www.elementc.de