

PRESSEMITTEILUNG

Perfekt abgestimmt: optivo verwirklicht Benefiz-Aktion mit shop-apotheke.com durch Online-Offline-Kombination

Berlin, 31. März 2015 – An die Gesundheit denken und dabei auch noch Gutes tun: Einfacher geht es nicht. Dieser Meinung waren auch die Betreiber von shop-apotheke.com, als sie gemeinsam mit dem Verein „Herzenswünsche e.V.“ eine Partnerschaft vereinbarten. Das Ziel der Kampagne: Von jedem eingelösten Rezept bei shop-apotheke.com sollte ein Euro an den Verein gespendet werden, der schwerkranken Kindern und Jugendlichen lang gehegte Wünsche erfüllt. Bei der Realisierung des Projekts kam auch optivo mit seinem neuen Print-Angebot („Triggerpost“) ins Spiel. Nicht-Reagierer im E-Mail-Kanal wurden hierbei gezielt durch eine Postkarte kontaktiert. Der crossmediale Uplift lag bei mehr als 10 Prozent.

Denn mithilfe einer professionellen Marketingstrategie schien es ein Leichtes, umsatzstarke Kunden von der wohlthätigen Idee zu überzeugen – am besten mit einer Online- und Print-Kampagne. optivo brachte als einer der größten E-Mail- und Omnichannel-Marketing-Dienstleister in Europa das Werkzeug mit, um den Benefiz-Plan in beiden Kanälen zuverlässig und durchdacht in die Tat umzusetzen: die bewährte Omnichannel-Plattform optivo® broadmail.

Zunächst wurde die Kooperation von shop-apotheke.com und Herzenswünsche e.V. per Newsletter angekündigt, um für eine erste Aufmerksamkeitswelle zu sorgen – natürlich wie immer individuell auf den einzelnen Empfänger abgestimmt. Sofern die Newsletter-Empfänger auf die Ankündigung nicht reagierten, fanden diese etwa zwei Wochen später eine Postkarte im auffälligen DIN-lang-Format im Briefkasten. Ein origineller Gruß per Post, der den Empfänger an die Aktion für den guten Zweck erinnerte.

Der Print-Kontakt in Form der Postkarte wurde ebenso individuell ausgelegt, wie es die optivo Kunden von ihren Newslettern gewohnt sind: Die relevanten Adresslisten wurden in optivo® broadmail importiert, auf Dubletten abgeglichen und für den Postversand vorbereitet. Zudem wurden in optivo® broadmail auf Template-Basis maßgeschneiderte Druckvorlagen angelegt. Den Druck, das Frankieren, den Versand sowie die Zustellung der Postkarte übernahm die Deutsche Post, seit 2013 das Mutterunternehmen von optivo.

Das Ergebnis der Online-Offline-Kombination ließ nichts zu wünschen übrig: Im Vergleich zu ähnlichen Print-Kampagnen ohne crossmediale Begleitung durch den E-Mail-Kanal konnte ein Uplift von mehr als 10 Prozent erzielt werden.

Patrick Schneider, Head of Sales bei shop-apotheke.com, zeigte sich hochzufrieden mit dem Ergebnis der Kampagne: „Wir setzen regelmäßig auf Print-Maßnahmen. Dennoch war die crossmediale Ansprache ausgewählter Newsletter-Kontakte auf dem Postweg für uns eine spezielle Maßnahme. Besonders freut mich, dass wir unsere Kampagne mit einem guten Zweck verbinden konnten. Mit den Ergebnissen sind wir mehr als zufrieden, konnten wir doch einen sehr positiven Conversion-Uplift erzielen.“



Ein Unternehmen von
Deutsche Post DHL

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 der Deutschen Post DHL. 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