



Die große Ostereier-Suche

von hessnatur



hessnatur



An welche Zielgruppe richtet sich der Newsletter?

- ◆ Der Newsletter richtete sich an den gesamten hessnatur Newsletter-Verteiler.
- ◆ Ziel der Kampagne war es, den Kunden die verschiedenen Kommunikations- und Vertriebswege von hessnatur näher zu bringen.
- ◆ So war es auch den Newsletter-Empfängern möglich, an der vor allem spielerischen Seite einer Ostereier-Suche teilzunehmen.
- ◆ Die Ostereier-Suche fand im Online-Shop, den Retail-Stores, Facebook, Youtube, Instagram und dem hessnatur Magazin statt.



Welche Ziele verfolgte der Einsatz des Newsletters?

- ◆ Das Ziel des Newsletters war es, dass sich die Kunden intensiv und spielerisch mit dem eigentlich „normalen“ Newsletter-Themen beschäftigen sowie damit zusammenhängend eine Steigerung der CTOR und einen vertrieblichen Hebel zur Aktivierung während des „Oster-Lochs“ zu schaffen.
- ◆ Zusätzlich war es wichtig zu erkennen, ob die Kunden auch bei längeren Newslettern bis nach unten scrollen und wir wollten die Newsletter-Empfänger auf die verschiedenen Kontaktmöglichkeiten mit hessnatur aufmerksam machen.
- ◆ In den verschiedenen Medien – sowohl online als auch offline – wurden dem Kunden die jeweils anderen Teilnahme-Möglichkeiten und –Mechanismen aufgezeigt, sodass eine Vernetzung stets gegeben war und über die Woche ein Spannungsbogen aufgebaut wurde.



Beschreiben Sie den Einsatz des Newsletters (Gestaltung, Frequenz, Segmentierung, Personalisierung, Response, Design, Interaktion mit dem Empfänger, Tests, Adressgenerierung, Landingpages).

- ◆ Die Idee hinter dem Newsletter war es, eine Kampagne aufzusetzen, die den Turnaround zwischen den verschiedenen Kanälen und einem Multichannel-Ansatz verfolgt.
- ◆ Dazu wurde zunächst zum Start der Woche ein Newsletter mit Teaser versendet und zum großen Abschluss an Oster-Sonntag die große Ostereier-Suche.
- ◆ Die Abschnitte innerhalb des Newsletters wurden je Interesse bzw. auf Basis des Klickverhaltens segmentiert und die „Ostereier“ wurden als animierte Gifs mit eigener Verlinkung zu einem der Gutscheincodes eingebunden.
- ◆ Der Newsletter fungierte zusätzlich als Medium, dass die Kunden auf die Reise durch die hessnatur-Welt schickte, um beispielsweise im Online-Shop nach Gutscheinen Ausschau zu halten, die Suche im Magazin oder in den Retail-Stores fortzusetzen.
- ◆ Die Social Media Kanäle fungierten vor allem mit einem selbstgedrehten Video und Social Ads als Verteilermedium. In dem Teaser-Video wurde beispielsweise gezeigt, welche verschiedenen Sortimente in den Stores vorhanden sind und das man dort ebenfalls Gutscheine finden kann. Da Bewegtbild deutlich stärker aktiviert, wurde dieses auch für Werbeanzeigen in Facebook und Instagram eingesetzt, die wiederum vor allem der Neukundengewinnung in den Stores oder zur Adressgenerierung für den Newsletter gedient haben („Schnell anmelden und noch profitieren“).

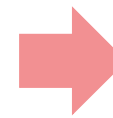


2 Teaser in den normalen Newslettern zur allgemeinen Ostereier-Suche

Baby-Newsletter

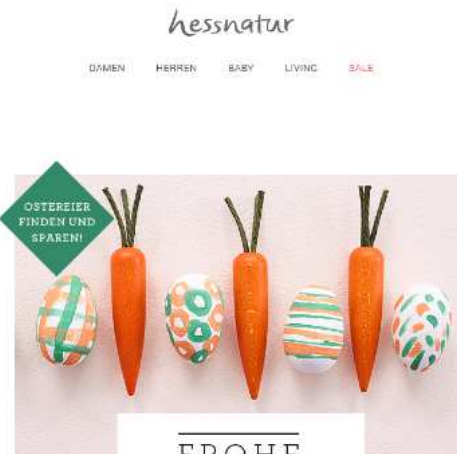


Damen-Newsletter





Abschluss: Große Ostereier-Suche im Newsletter



FROHE
OSTERN!

Gehen Sie heute mit uns
auf grosse Ostereier-Suche.

Liebe Frau Muster,

Stöbern bei hessnatur lohnt sich, sitzt doppelt: Entdecken Sie unseren Midseason Sale, bei dem tolle Lieblingsstücke für den Frühjahrs bis zu 30% reduziert sind. Und um die Suche noch spannender zu gestalten, hat der Osterhase von hessnatur für Sie zusätzlich Rabatt-Gutscheine in diesem Newsletter versteckt! Sobald Sie ein G. entdeckt haben, einfach anklicken und schon werden Sie zu Ihrem gefundenen Rabatt-Gutschein weitergeleitet.

Viel Spaß beim Suchen und Finden!
Ihr hessnatur-Team



Pullover aus reiner Bio-Baumwolle



"Buy less,
Choose well,
Make it last."

Vivienne Westwood



Hose aus Bio-Baumwolle



Bluse Slim Fit aus Bio-Baumwolle



Jeansrock aus reiner Bio-Baumwolle



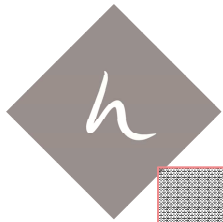
Polo-shirt aus reiner Bio-Baumwolle



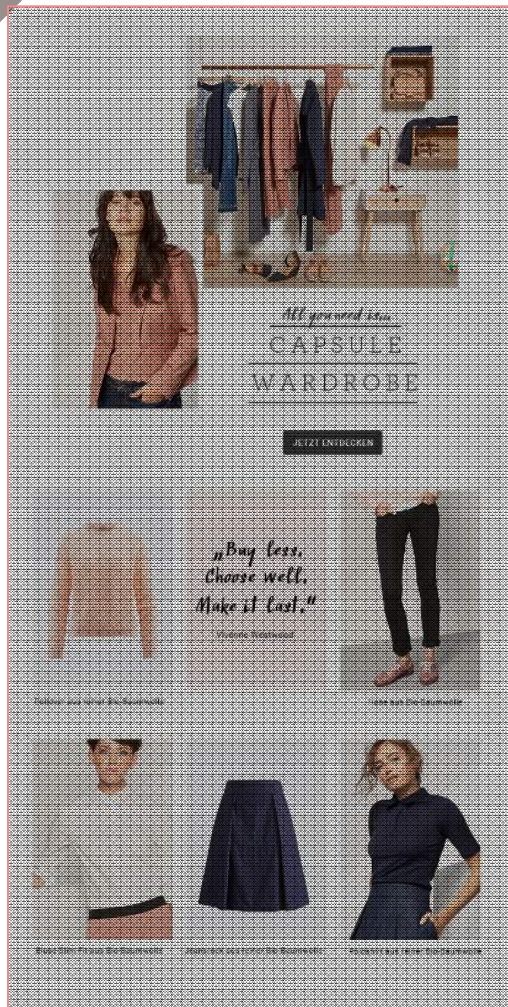
#hessnatur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa.

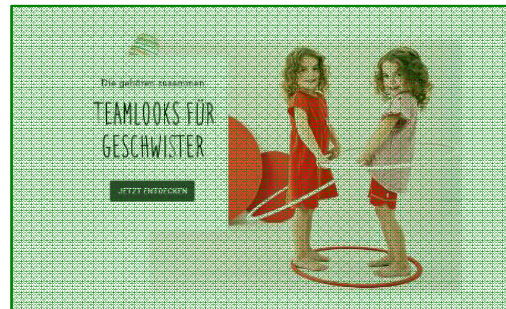




Zielgruppenspezifische Segmentierung der Abschnitte



Abschnitt nur an Abonnenten
mit Profil oder Klickverhalten:
Damen



Abschnitt nur an Abonnenten
mit Profil oder Klickverhalten:
Baby & Kinder



Abschnitt nur an Abonnenten
mit Profil oder Klickverhalten:
Herren



Landingpage im Online-Shop

DAMEN HERREN BABY & KIDS LIVING SALE hessnatur Magazin Über uns

SUCHEN & GEWINNEN

NUR BIS XX.XX.



JETZT OSTEREIER SUCHEN UND GUTSCHEINE EINLÖSEN!

In unserem Shop haben sich einige Gutscheine versteckt. Finden Sie die Gutschein-Codes und sichern Sie sich Ihren Oster-Vorteil. Ein kleiner Tipp: In den Sortimenten X und Y haben Sie beste Chancen auf Erfolg. Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Gutschein-Suche und beim anschließenden Shoppen!

Versteckte Gutscheine



Gutschein über **10% RABATT*** Aktionscode:
Gutschein im Wert von **5,- €**
Gutschein für **PORTOFREIE LIEFERUNG*** Aktionscode:
EIER-SUCHE STARTEN

Die Ostereier-Suche gibt es auch in unseren Stores

Auch in unseren Stores in Hamburg, München, Düsseldorf, Berlin, Frankfurt & Butzbach haben wir Ostereier für Sie versteckt! Besuchen Sie uns am 12.04. bis zum 15.04.2017 und finden Sie einen unserer Oster-Gutscheine im Wert von 5 €, die direkt vor Ort im jeweiligen Laden eingelöst werden können. Ein paar Tipps, wo unsere Ostergutscheine so überall versteckt sein könnten zeigen wir hier:



ZUR STORE-ÜBERSICHT

Noch kein Glück gehabt?

Die Ostereier-Suche geht am Sonntag in unserem Newsletter weiter.

Melden Sie sich jetzt noch schnell für den hessnatur Newsletter an: Sie erhalten Ihren Willkommensbonus und sind am Sonntag bei der großen Ostereier-Suche dabei!

JETZT KOSTENLOS ANMELDEN

* Dieses Angebot gilt nur für Ihre nächste Bestellung/ Kauf. Mindestbestellwert: 100 € (nicht mit anderen Aktionen kombinierbar). Gültig bis 30.03.

** Dieses Angebot gilt nur für Ihre nächste Bestellung/ Kauf. Mindestbestellwert: 100 € (nicht mit anderen Aktionen kombinierbar). Gültig bis 30.03.

h

Weitere Kanäle



Instagram



Facebook



Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=XHL1-VSHSjQ>



Mit welchen Kerngrößen belegen Sie den Erfolg der Kampagne? Bitte dokumentieren Sie die Reichweite, Öffnungs- und Klickrate.

Reichweite:

- ◆ Mit den drei Kampagnen haben wir eine Reichweite von rund 350.000 versendeten Mails erzielt.
(Versand in DE, AT und CH)

Öffnungsrate:

- ◆ Die Öffnungsrate der Kampagnen lag bei knapp 25%.

Klickrate nach Öffnungen (CTOR):

- ◆ Die Klickrate nach Öffnungen lag bei 24,5%.

Wir haben diese Kampagne bewusst in der Osterzeit eingeplant, um die ruhigeren Feiertage optimal auszunutzen und sind mit dem Ergebnis (+22% z. Plan) überaus zufrieden.



Was sind die Gründe, die aus Sicht der Jury für die herausragende Stellung ihres E-Mailings/ Newsletters sprechen.

- ◆ Diese Newsletter-Kampagne schafft es verschiedene Medien zu vereinen und dem Kunden auf eine Reise zu schicken, in der er hessnatur auf ganz unterschiedliche Weise kennenlernen kann.
- ◆ Er ermöglichte den Kunden sich spielerisch mit eigentlich vertrieblichen Themen auseinanderzusetzen und Interesse/Neugier zu wecken.
- ◆ Die Inhalte wurden je nach selbstdefinierten bzw. auswertbaren Interesse segmentiert, sodass nur die für den Abonnenten relevanten Themen sichtbar sind.
- ◆ Die gesamte Kampagne wurde komplett inhouse in Eigenregie und mit minimalem monetären Aufwand gestemmt. Wenig Aufwand und maximaler Gewinn.



Links zu verschiedenen Zielgruppen-Newslettern

- ◆ Ankündigung der Suche

http://newslink.hessnatur.com/u/gm.php?prm=fJAlm4t2Wy_438712562_1062764_95253

Ostereier-Suche

- ◆ Kein Interesse angegeben

http://newslink.hessnatur.com/u/gm.php?prm=MgXVnJlZn7_438712562_1060089_101968

- ◆ Interesse an Damen-Mode

http://newslink.hessnatur.com/u/gm.php?prm=fJAlm4t2Wy_438712562_1060089_133579

- ◆ Interesse an Damen & Herren-Mode

http://newslink.hessnatur.com/u/gm.php?prm=WCfbigoqW_438712562_1060089_79873