

"Jeder Klick ist ein Wunsch"

Interessen-basierte Segmentierung bei Xucker



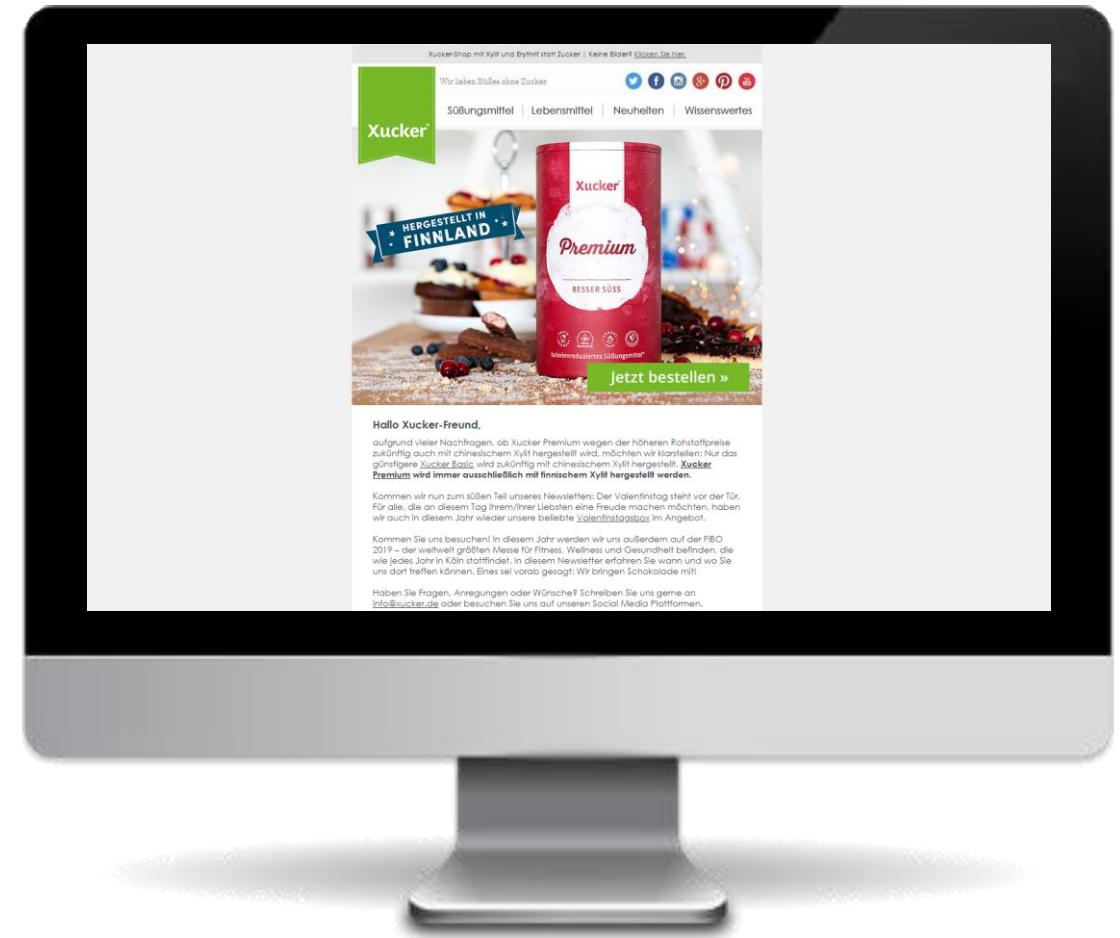
LÖWENSTARK®
ONLINE MARKETING

AUSGANGSLAGE

- Monatlicher Newsletter zu Produktneuheiten, Informationen rund um Xucker und Rezeptideen zur Verwendung von Xucker-Produkten.
- Rezepte und Rezeptbücher werden in jedem Newsletter stark geklickt. Kunden sind sehr an dem Thema interessiert.
- Rezepte enthalten Desserts, Kuchen und Snacks für Naschkatzen, aber auch LowCarb Varianten für fitnessorientierte Nutzer.

ZIELSETZUNG

- Kontakten einen Mehrwert bieten durch individuelle Mailings aufgrund von Klickdaten.
- Werbedruck für weniger aktive Kontakte nicht erhöhen und die Abmelderate weiterhin gering halten.

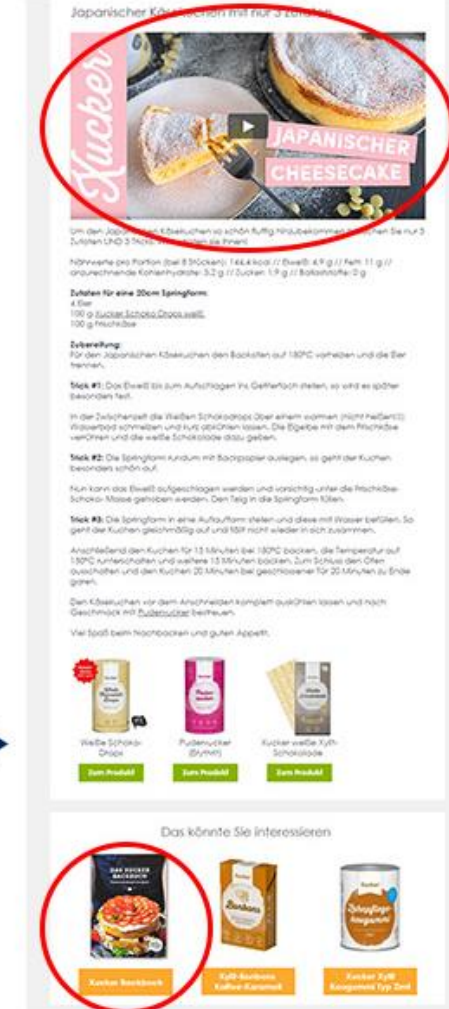


1. Festlegung der Interessengruppen „Rezept“ und „Fitness“
2. Selektion der Kontaktgruppen aufgrund von Klickverhalten.
3. Konzeption von Kampagnen für beide Interessengruppen:
 - Rezeptinteressierte erhalten einen monatlichen Newsletter mit extra Rezepten
 - Für Fitnessorientierte wird eine Marketing-Automation erstellt, bestehend aus 3 Mailings mit Inhalten zum Thema Fitness



Interesse: Fitness

Vor mehr als 3 Wochen mindestens 2 mal auf Xucker Light oder Bronx geklickt.



Interesse: Rezept

Mindestens 1 mal auf ein Rezept oder Rezeptbuch im Newsletter geklickt.

MONATLICHER REZEPTNEWSLETTER

Start: 17.7.2017

Monatlicher Versand von neuen Rezepten an interessierte Kontakte.

Fokus liegt auf den Rezepten. Kunden werden nicht aggressiv mit weiteren Angeboten beworben. Produkte werden passend zum Rezept subtil beworben.

Videos werden als GIF eingebunden und zeigen dem Nutzer die wichtigsten Schritte der Zubereitung schon im Newsletter.



LowCarb Schokokuchen - Backen ohne Mehl & Zucker

Schokokuchen sind immer eine gute Idee. Unsere Variante wird ohne Mehl gebacken. Wir verwenden ausschließlich gemahlene Mandeln, die den Kuchen schön saftig machen.

Hilfswerte pro Portion (bei 8 Stück): 276 kcal // Eiweiß: 7,3 g // Fett: 22 g // anzuwendende Kohlenhydrate: 7,4 g // Zucker: 0,7 g // Ballaststoffe: 2,3 g

Zutaten für eine 20cm Springform:

- 1 Ei
- 150 g Butter
- 200 g Zucker Schoko Drops Biotischer
- 80 g Süßenerzucker
- 80 g Zucker Premium
- 1 % Vanillesukker (beigefärbt)
- 2 B. Kakao
- 200 g gemahlene Mandeln
- 1 Pk. Backpulver
- Prise Salz
- Zuckerfreie Schokolade zum Bestreuen

Zubereitung:

Den Backofen auf 180°C vorheizen. Die Schoko-Drops und die Butter gemeinsam über einem Wasserbad oder in der Mikrowelle schmelzen. Anschließend die Eier mit den beiden Zuckern, dem Vanillesukker und dem Salz schaumig schlagen. Die geschmolzene Schokolade unterrühren und die trockenen Zutaten dazu geben. Alles zu einem geschmeidigen Teig rühren.

Die Springform einfetten und mit Backpapier bedecken, den Teig in die Form geben und den Kuchen für 35-40 Minuten backen. Süßenerz nicht vergessen und bei Bedarf etwas länger backen. Gut auskühlen lassen und mit weißer Schokolade bestreuen.

(100 g Zucker mit dem Maß einer Vanilleschote äquivalieren.)

Fokussierte Produkte

Pralinen ohne Zucker einfach selber machen

Liebe geht durch den Magen! Wir haben ein einfaches Pralinen-Rezept kreiert, das Ihnen köstlichen Spaß bringt.

Hilfswerte pro Portion (bei 18 Pralinen): 123 kcal // Eiweiß: 1,7 g // Fett: 10,9 g // anzuwendende Kohlenhydrate: 1,9 g // Zucker: 1,1 g // Ballaststoffe: 0 g

Zutaten für 18 Pralinen:

- 150 g Zucker Schoko Drops Biotischer
- 150 g Zucker Schoko Drops weiß
- 1 B. Kakao
- 100 g Zucker Pulverzucker Kakao-Drops

Hilfswerte:

- 500 mg Phosphorsäure
- 100 mg Zitronensäure
- 100 mg Zitronensäure

Zubereitung:

Wasser im Wasserbad kochen und in einen Topf geben. Die dunklen Schoko-Drops in eine Karamelschüssel geben und unter Rühren im Wasserbad schmelzen. Für die weißen Schoko-Drops mit einem Ei-Kakaopulver in einem Gefäßschüssel geben und ebenfalls in das Wasserbad. Dabei immer wieder mit den Fingern durchkneten. Sobald die Schokolade geschmolzen ist die Hälfte der dunklen Schokolade in 9 Pralinenformen geben. Weitere 9 Körner mit der weißen Schokolade bestreuen, indem eine Spitze des Gefäßschüssels abgeschoben wird. Diesen danach mit einem Pflaumstiel verschneiden.

Nun die Zucker Pulverzucker-Kakao-Drops mit der Spritze auftragen und einen Klecks in die Pralinen geben. Jeweils mit der dunklen Schokoladenkugel abschneiden und die Silikonform leicht auf den Tisch schlagen. So können auch noch die weißen Luftbällchen entfernt werden. Die Pralinen für etwa 45 Minuten im Kühlschrank festtrocknen lassen und aus der Form pressen.

Tipp: Bei der Füllung sind Ihnen keine Grenzen gesetzt. Mit unseren leckeren Süßenerzen können Sie Ihre Lieblingsgerichte ganz nach Ihrem Geschmack kreieren.

Fokussierte Produkte

AUTOMATION FITNESSORIENTIERTE KONTAKTE

Start 12.12.2018

Fitnessorientierte Kontakte erhalten im Abstand von jeweils 3 Wochen eine Strecke aus 3 Mailings zu Xucker Light Produkten.

Alle 3 Mailings enthalten eine Übersicht zu den beliebtesten Xucker Light Produkten um den Kauf anzuregen.

Mailing 1: Video mit „4 Hacks mit Xucker Light“

Mailing 2: 4 Tipps für den Fitness-Speiseplan

Mailing 3: 2 einfache Rezepte mit Xucker Light Produkten und einen Rabatt-Gutschein um den Kauf anzuregen.

Der Erhalt eines Mailings ist zusätzlich an die Öffnung des Vorgängers gekoppelt. Erst nachdem Mailing 1 geöffnet wurde erhält der Kontakt Mailing 2, andernfalls wird nach 3 Wochen erneut Mailing 1 verschickt. Tritt nach dem 3. Versand immer noch keine Öffnung auf, rutscht der Kontakt automatisch in den nächsten Schritt und erhält das zugehörige Mailing.

1.



2.



3.



Rezept-Newsletter

Öffnungsrate
51,9%

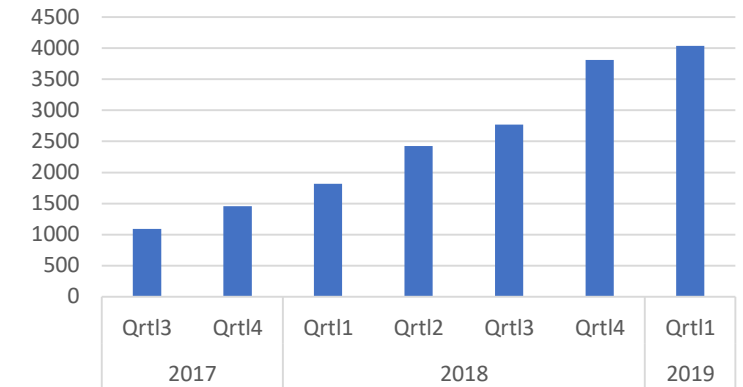
Klickrate
10,2%

Abmelderate
0,3%

Empfängerzahl des Rezeptnewsletters konnte seit Start immer weiter gesteigert werden durch dynamische Adressliste basierend auf Klickdaten.

Beide klickbasierten Kampagnen haben durchgängig starke Öffnungs- und Klickraten im Vergleich zum normalen Newsletter (Öffnungsrate 31%; Klickrate 5,5%).

Empfängeranzahl Rezeptnewsletter



Fitness-Automation

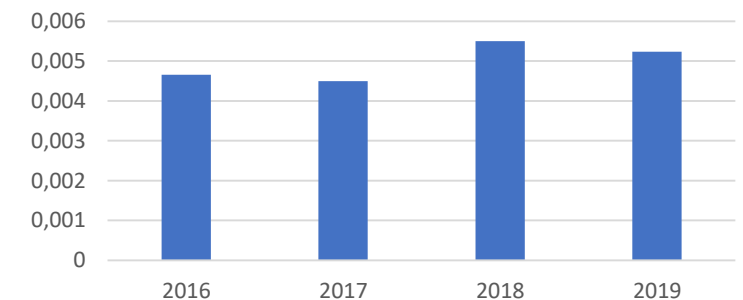
Öffnungsrate
44,7%

Klickrate
9,0%

Abmelderate
0,3%

Abmelderate der beiden Kampagnen ist gleichbleibend gering bei durchschnittlich 0,3%. Die Abmelderate des normalen monatlichen Newsletters an alle Kontakte hat sich kaum erhöht und ist weiterhin gering bei durchschnittlich 0,5%.

Abmelderate monatlicher Newsletter



Gut **GEBRÜLLT.**
Herzlichen Dank.



LÖWENSTARK®
ONLINE MARKETING