



# **E-Mail Award 2020 Bewerbung Kategorie Marketing Automation**

Vorstellung des Konzepts und der Outcomes einer zwei-stufigen Reaktivierungskampagne

in Zusammenarbeit mit 

# Vorstellung der Marketing Automation

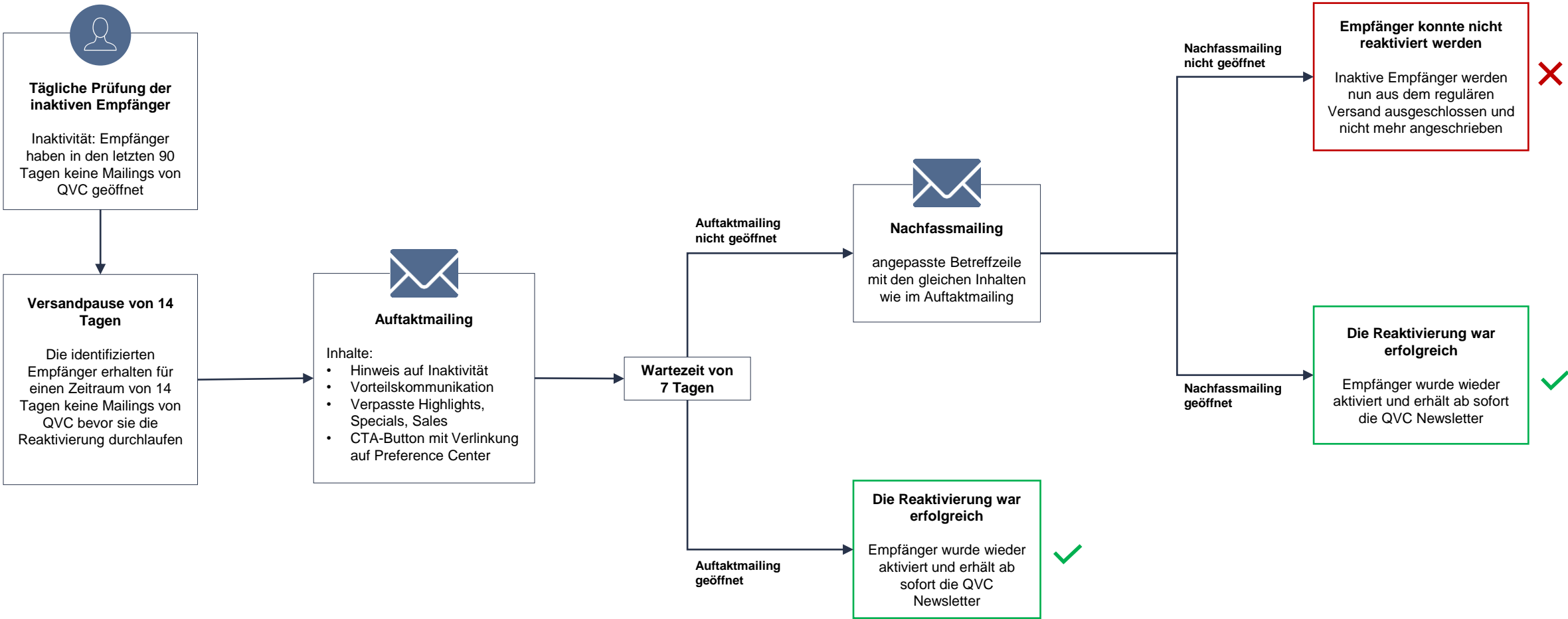
AUSGANGSLAGE, ZIELE & FLOW

# Ausgangslage & Ziele der Marketing Automation



- **Ausgangslage**
  - QVC Verteiler mit ca. 230.000 inaktiven Empfängern in den letzten 90 Tagen (Stand Januar 2020)
  - Täglicher Versand von QVC Newslettern an den E-Mail Verteiler
  - Start der Kampagne am 28. Januar 2020
- **Ziele**
  - Empfänger wieder dazu animieren, die QVC Mailings zu öffnen und damit zu interagieren
  - Anpassung der Präferenzen durch die Empfänger, um personalisierte Inhalte im Postfach zu bekommen
  - Pflege eines sauberen E-Mail Verteilers mit aktiven Adressen
- Nach Abschluss der Kampagne werden die reaktivierten Empfänger wieder in die Regelkommunikation überführt. Die inaktiv geblieben Adressen werden hingegen mittels Zielgruppe aus dem regulären Versand ausgeschlossen.
- Konzeption und Umsetzung der Marketing Automation erfolgte durch die Business Consulting Abteilung von Episerver in Zusammenarbeit mit dem Marketing Team von QVC (ESP: Episerver Campaign)

# Flow der Marketing Automation



- Versand des Mailings erfolgt an alle inaktiven Empfänger der letzten 90 Tage: Eine Prüfung der inaktiven Empfänger findet täglich statt
- Betreffzeile: “Willst du diese Mail etwa öffnen...? 🤖”
- Absendername: QVC Team

- Bildpersonalisierung mit dem Vornamen des Empfängers
- Verpasste Angebote & Vorteilskommunikation
- Zentraler CTA-Button führt die Empfänger zum QVC Preference Center mit folgenden Möglichkeiten:
  - Profildaten anpassen (kompletter Name sowie E-Mail Adresse)
  - Präferierte Newsletter-Formate auswählen, um relevante Inhalte zu bekommen



Q

- NEUHEITEN    ANGEBOTE    TRENDS

*We miss you*  
 ({c\_prenom})!

Leider Newsletter-Empfänger: ohne dich ist alles toll! Schönes Gesicht und Outfit-Presse, doch Größe-Premiere, doch Gespenster-superstern! So lange hast du schon unsere Newsletter nicht mehr geöffnet, dass wir ganz heftig grinsen sind!

Aber jetzt bist du endlich zurück und wir haben dir ganz viel Neues zu erzählen. Du hast viel Tolles verpasst. Das wird sie super!

## Glück gehabt

Gut, dass du das bist. Das hilftest du beinahe verpasst!

[
NEUHEITEN
]

[
PREISHITS  
DES TAGES
]

Drei gute Gründe,  
unsere QVC Newsletter zu lesen:

1.

Oho!  
*Das heutige  
Tagesangebot?  
Du siehst es zuerst!*

2.

Aha!  
*Immer alle Trends,  
Tippas & Tricks  
auf einen Blick!*

3.

Juhu!  
*Frau dich auf  
exklusive Angebote,  
Gewinnspiele und  
Vorverkauf!*

Das wird toll

Die nächsten Premieren? Du siehst sie zuerst!

BALD  
bei  
QVC

VORFREUEN

Wie du willst!

Hier kannst du entscheiden, welche Newsletter wir dir schicken

☒ Q

☐ A

☐ S

☐ N

SAG AN!

[QVC APP DOWNLOADEN](#)

Kauf  
per  
Rechnung

Zahlung  
Auszahlung

30 Tage  
Rückgaberecht

Porto  
kostenlos

Du erhältst diesen Newsletter, weil du SO-MIT der Adresse vorliegendste.com/newsletter/auswahl

QVC Handel S.r.l. & C. s.p.a. - Via Cavour 21 - 40127 Bologna

Persönliche Information, gemäß Artikel 13 des Gesetzes Nr. 130/2003, die Verarbeitung deiner Daten erfolgt auf Basis von Art. 13 Abs. 1 lit. b) des Gesetzes über den Schutz personenbezogener Daten, der Verarbeitung deiner Daten durch die Redaktion der Zeitschrift "L'Espresso".

Verantwortlicher für die Verarbeitung der Daten ist die Redaktion der Zeitschrift "L'Espresso".

Kontakt: L'Espresso, Via Santa Anna Maria del Bosco, 10000 Roma und Laura Spada di Milano



# Auswertung der Reaktivierungskampagne

STAND DER DATEN: 11. MÄRZ 2020

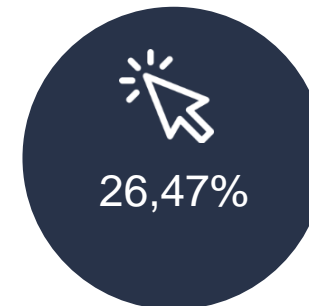
# Zusammenfassung der wichtigen KPIs



- Gesamtanzahl der inaktiv angeschriebenen Empfänger seit dem Start der Marketing Automation: **204.616**
- **32.598** der Empfänger konnten nach einem Inaktivitätszeitraum von 90 Tagen wieder zum Öffnen eines Mailings bewegt werden
- **8.631** der Empfänger konnten nach einem Inaktivitätszeitraum von 90 Tagen wieder zum Klicken bewegt werden



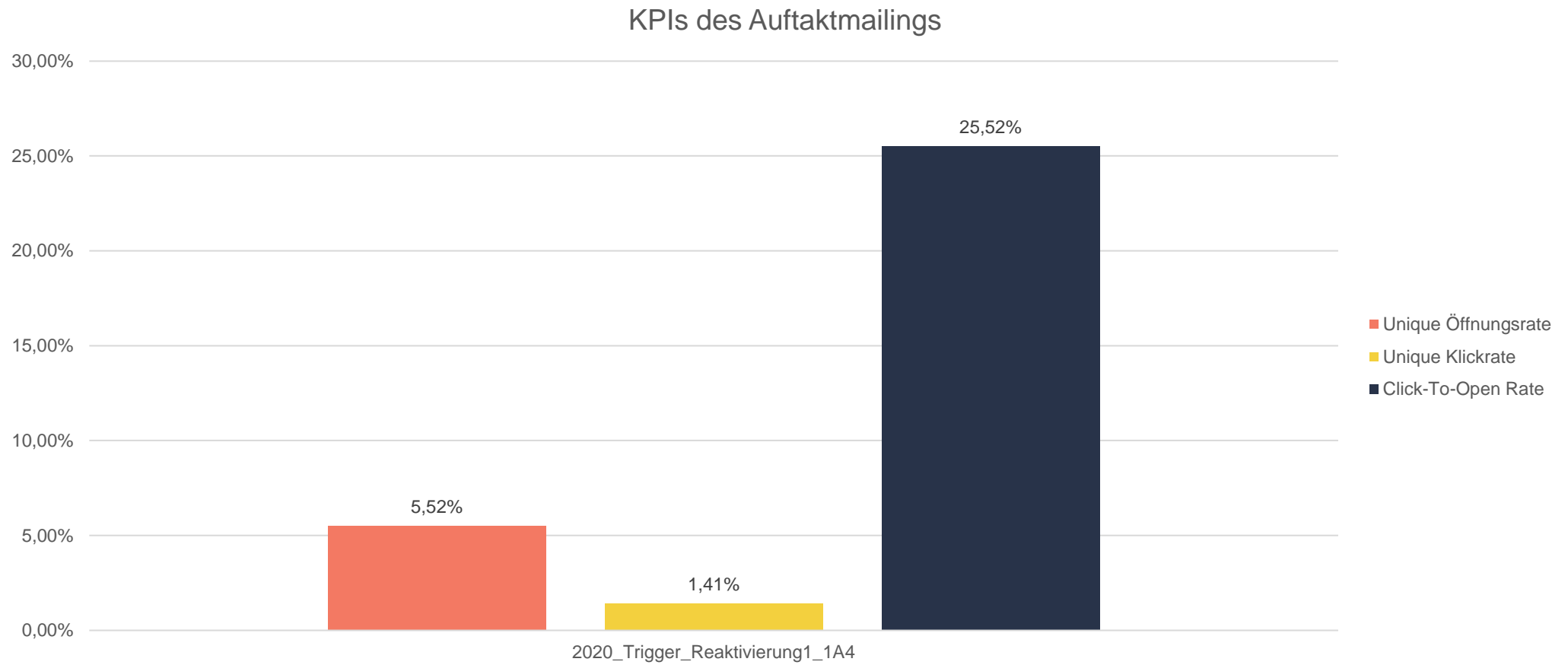
**Gesamte unique Öffnungsrate**  
Prozent der Empfänger, welche erfolgreich reaktiviert werden konnten



**Gesamte Click-To-Open Rate**



# Auftaktmailing



# Nachfassmailing

