



E-Mail Award 2020 Bewerbung Kategorie Lifecycle

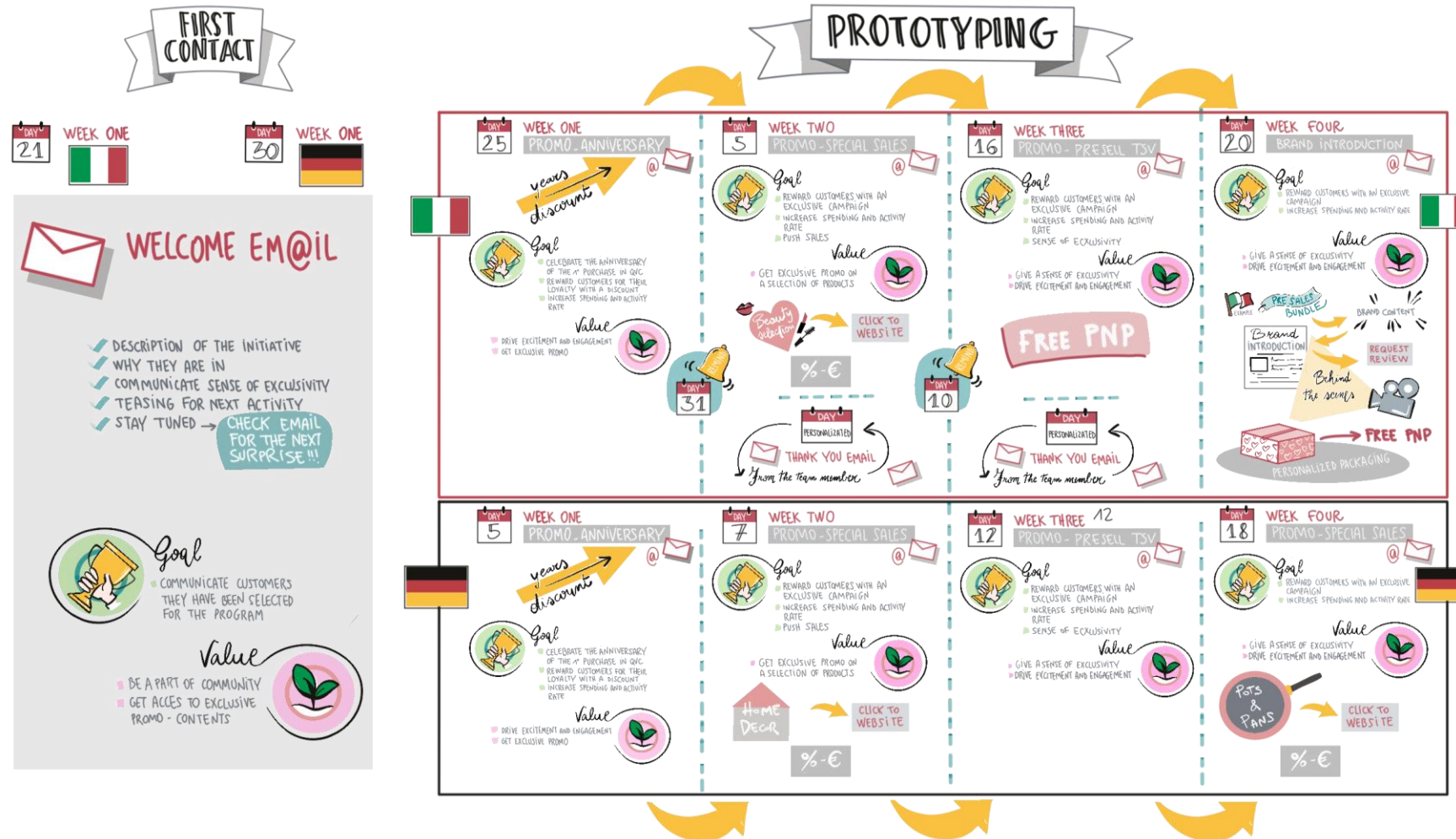
Vorstellung des Konzepts und der Outcomes der exklusiven Loyalty E-Mail Kampagne „QVC exQlusiv“



Vorstellung “QVC exQlusiv nur für Dich”

KONZEPT, ZIELE & FLOW DER KAMPAGNE

Globales Konzept – Lokale Umsetzung

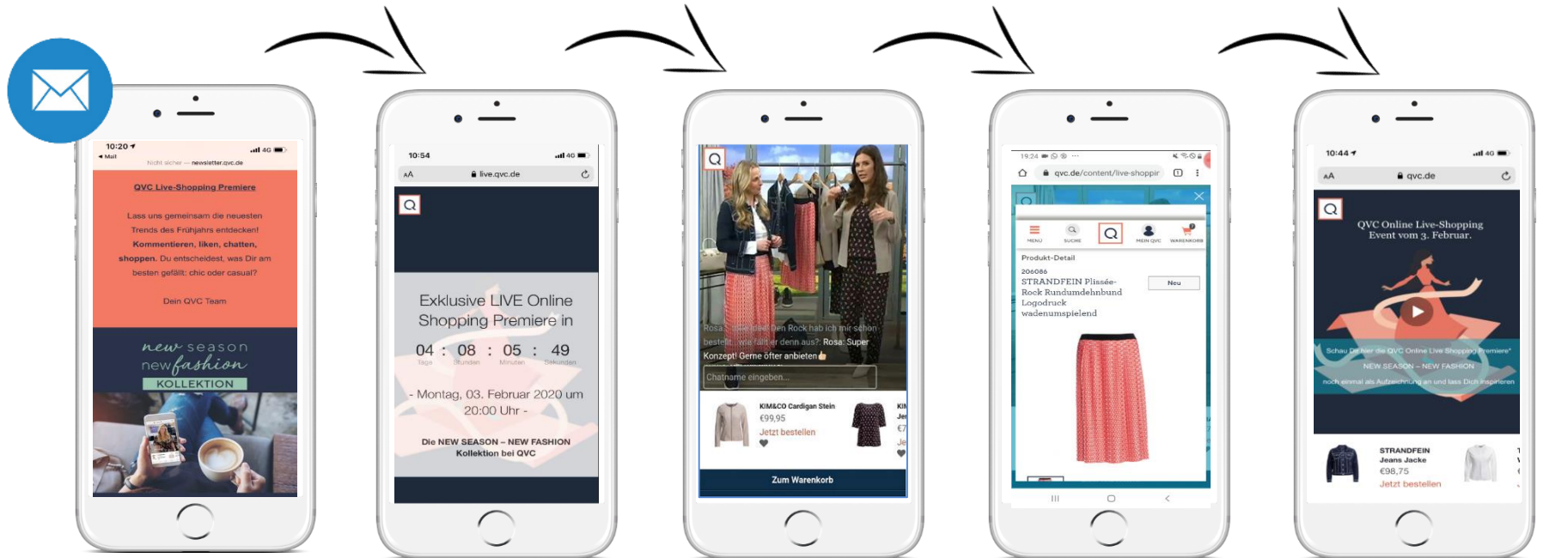


Konzept & Ziele



- **Konzept**
 - QVC Kampagnenstart: 30. Oktober 2019. Für eine Laufzeit von ca. 8 Wochen haben ausgewählte Kunden wöchentlich per E-Mail exklusive Angebote bekommen: Vorverkäufe, Special Sales, Bestandskundengutscheine, Einladung zu einem exklusiven Online Live-Shopping Event. Das Konzept wurde global entwickelt und lokale exekutiert.
- **Ziele**
 - Die Kampagne wurde als Pilotprojekt aufgesetzt. Ziel ist es weitere nützliche Customer Insights zu gewinnen und zu analysieren, welche Maßnahmen die Loyalität von QVC Kunden steigern können. Diese Erkenntnisse fließen in zukünftige Loyalty Maßnahmen ein, um diese nach intensiven Testphasen allen QVC Kunden zugänglich zu machen.

Look & Feel Customer Journey (exemplarisch)



E-Mail Kommunikation
(mobile first)

Pre Campaign Landing
Page zur exklusiven Online
Live Shopping Session

Exklusive Online Live
Shopping Session Live
Stream inkl. Buy Now
Funktionalität und
Live Chat

Buy Now inkl. Shop
Anbindung

Post Campaign Landing
Page zur exklusiven Online
Live Shopping Session

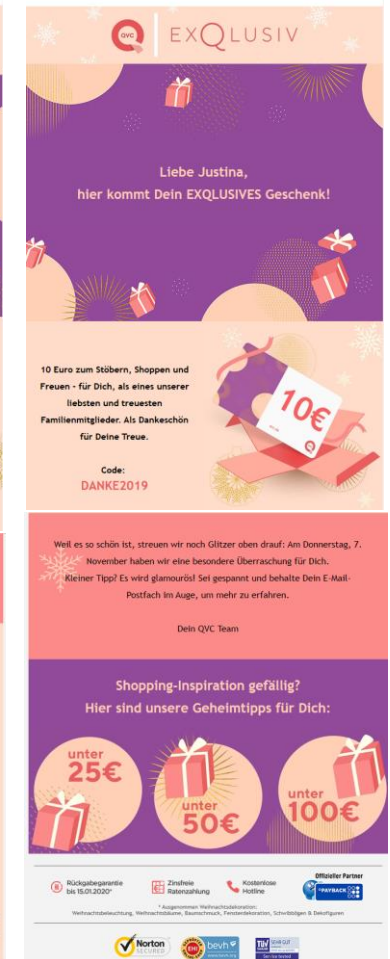
Look & Feel Mailings



- Versand der Mailings erfolgt an rund 50.000 "loyale" QVC Kunden
- Betreffzeile Mailing #1: Wir haben Dich EXCLUSIV ausgewählt.
- Betreffzeile Mailing #2: Dankeeee, Justina – Dein EXCLUSIVES Geschenk ist da!
- Absendername: QVC ExQlusiv

Inhalte der Welcome Phase:

- Einleitung & Welcome
- Ankündigung von kommenden Aktionen
- Bestandskundengutschein



Performance

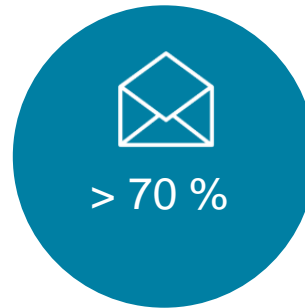
STAND DER DATEN: FEBRUAR 2020

Performance



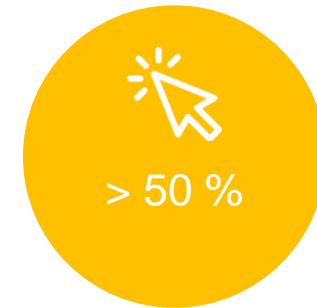
Ausgewählte Loyale Kunden

In einem Pilotprojekt wurden ca. 50.000 ausgewählte QVC Kunden zur QVC exQlusiv Kampagne eingeladen und haben für einen Zeitraum von ca. 8 Wochen exklusive Aktionen per E-Mail ausgespielt bekommen



Öffnungsraten von über 70 %

Die öffnungsratenstärkste E-Mail hat eine Öffnungsrate von über 70 Prozent erzielt



Click-Rate von über 50 %

Die klickstärkste E-Mail hat eine Klickrate von über 50 Prozent erzielt

