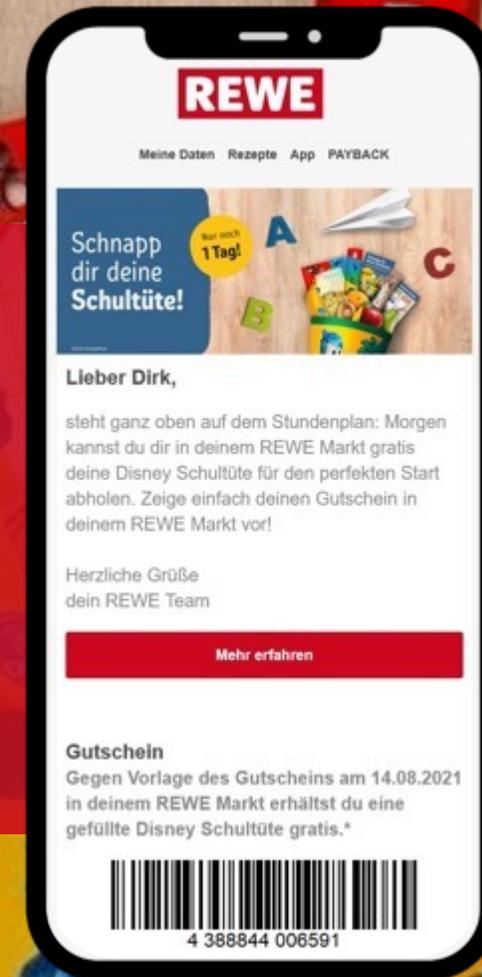


E-Mail-Award



E-MAIL MARKETING AWARD 2022



REWE Schultütenaktion 2021

REWE 
GROUP

Einreichungs-Informationen



Titel der Kampagne: REWE Schultütenaktion 2021

Einreichendes Unternehmen: REWE Markt GmbH

Kategorie: E-Mailings

Kontakt Daten

Unternehmen: REWE Markt GmbH

Name: Dirk Engelbertz

Kontakt: dirk.engelbertz@rewe-group.com

Tel: 0151-55123322

Domstr. 20

50668 Köln

Unsere Zielsetzungen

Kommunikation eines sehr speziellen Themas an die relevante Zielgruppe

Kundenfokus



- Einbindung von Kund:innen und deren persönlichen Interessen
- Relevanz schaffen
- Begleitung der interessierten Kund:innen während des Kampagnenzeitraums
(Abfrage – Aktionsstart-Reminder – Zusendung des Barcode-Coupons am Tag vor Aktionsstart)

Businessfokus



- Nutzung von vorhandenen Daten
 - Datenanreicherung
 - Abfrage der Postleitzahl
- Aktualisierung der Kundendaten und Einwilligungserklärungen
- Fokussierung auf relevante Themen (Reduzierung von Content)



Ein großer Schritt für unsere ganz Kleinen

Der Schulstart ist für alle Eltern ein **emotionales Ereignis**, da er für Eltern und Kind ein bedeutender Schritt in Richtung Unabhängigkeit des Kindes darstellt. Den Eltern ist dementsprechend daran gelegen, den Tag so schön und erinnerungsreich wie möglich für das Kind zu gestalten.



Mittendrin statt nur dabei?

Mit der Schultüten-Aktion gelingt es REWE seit 1999 ein Teil dieses wichtigen Ereignisses zu sein – aber wie kommuniziert man dieses spezielle und emotionale Thema **datengetrieben an die relevante und sehr spitze Zielgruppe?**



ELTERN, deren Kinder kurz vor der Einschulung stehen



VERWANDTE / FREUNDE, die diese Eltern auf die Aktion hinweisen können



Herausfordernde Kommunikation

Bildung ist Ländersache...

Leider ist **kein einheitliches Aktionsdatum** (Schulstart) kommunizierbar, weswegen wir die Postleitzahl (mit Hilfe derer wir im Hintergrund wiederum das entsprechende Bundesland markieren) der interessierten Kund:innen benötigen (die wir allerdings nicht von allen Kund:innen kennen).

2 Kommunikationsstränge:



A

Kund:innen deren Postleitzahl wir kennen



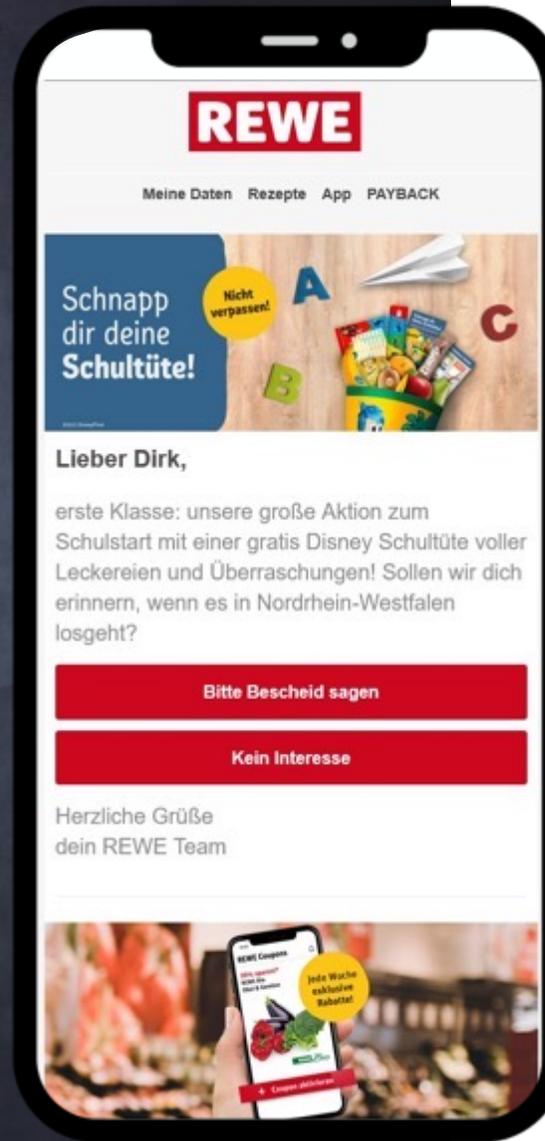
B

Kund:innen deren Postleitzahl wir nicht kennen



Eine persönliche Frage

Wir lassen Kund:innen selber entscheiden, ob Interesse an der Aktion besteht oder nicht. Wir setzen eine datenbasierte bzw. datengetriebene Interessensabfrage ein, um eine Kundengruppe zu schneiden, für die die Schultüten-Aktion relevant ist.



Kund:innen deren Postleitzahl wir kennen

Wir fragen **Kund:innen mit Postleitzahl & Bundesland** vor Kampagnenstart (schon im sonntäglichen REWE Newsletter 11.07.2021) direkt, ob Interesse am Thema besteht und speichern die Antwort in einem Aktionsdatenfeld ab.

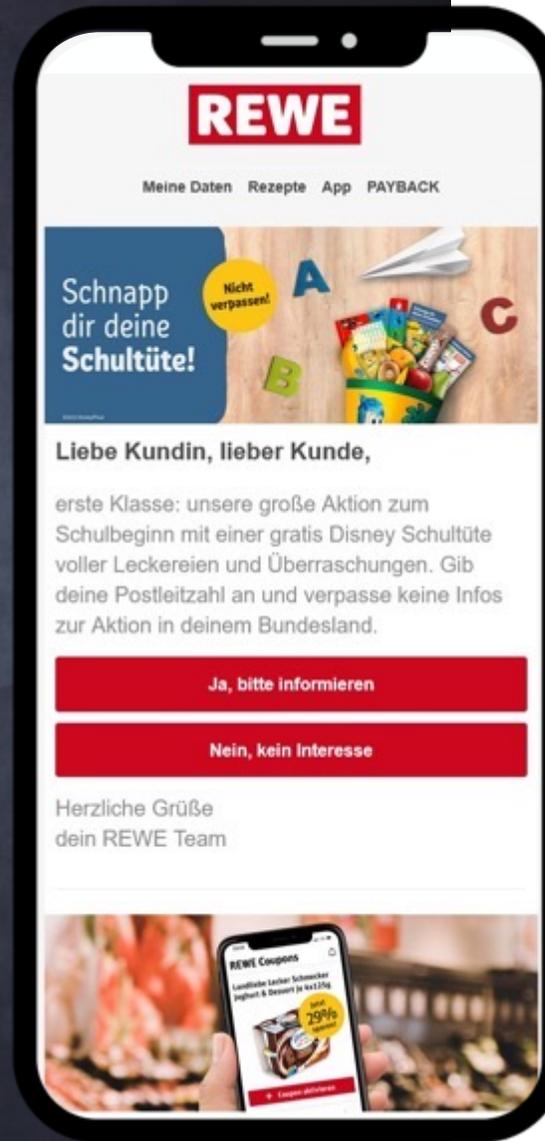
Dabei personalisieren wir die Copy mit Nennung des individuellen Bundeslandes (hier NRW).





Eine persönliche Frage

Wir lassen Kund:innen selber entscheiden, ob Interesse an der Aktion besteht oder nicht. Wir setzen eine datenbasierte bzw. datengetriebene Interessensabfrage ein, um eine Kundengruppe zu schneiden, für die die Schultüten-Aktion relevant ist.



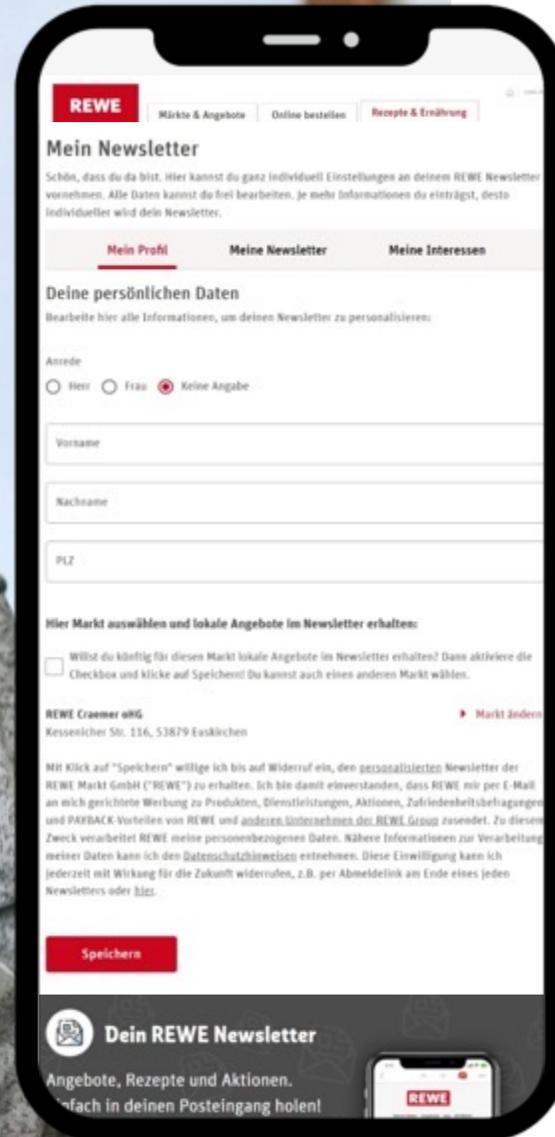
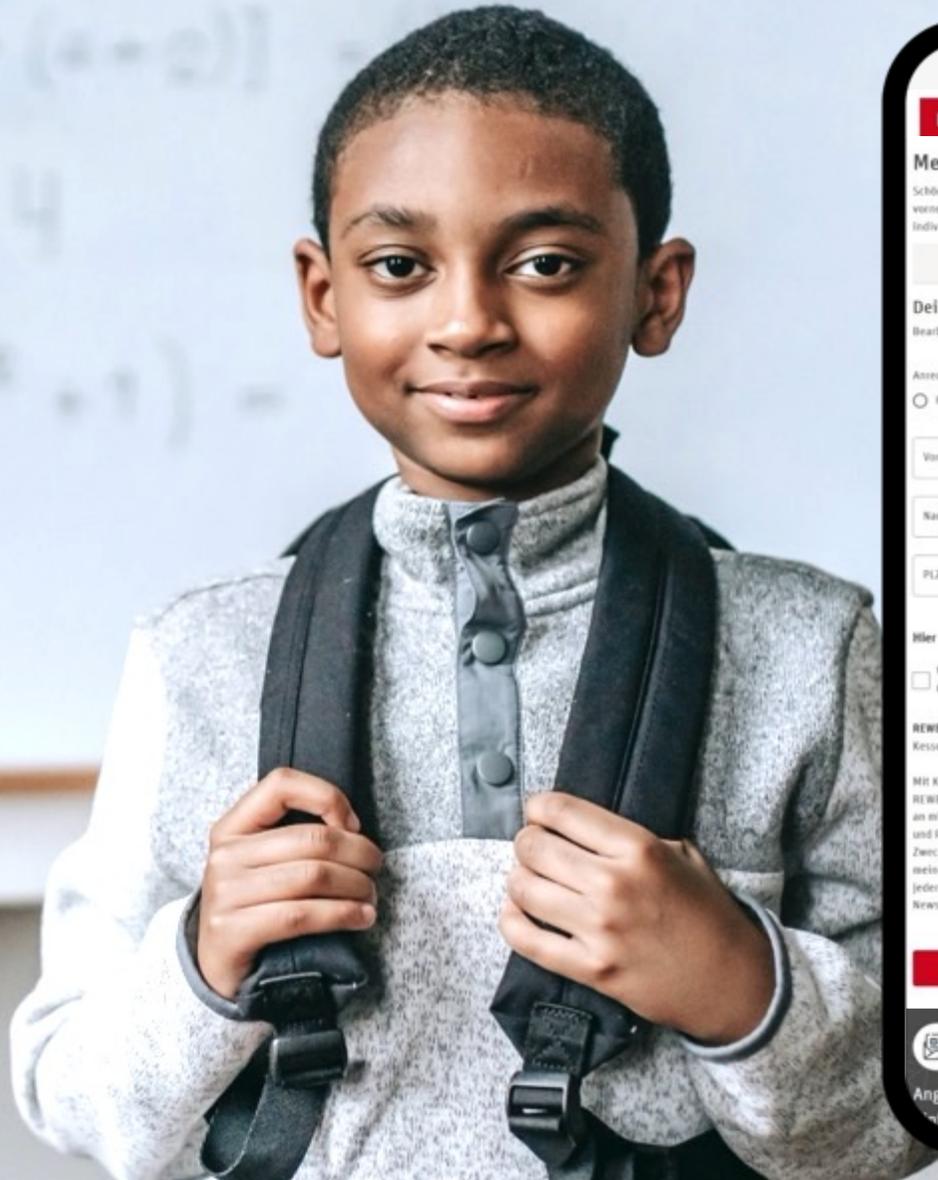
B

Kund:innen deren Postleitzahl wir nicht kennen

Wir fragen **Kund:innen ohne Postleitzahl** vor Kampagnenstart, ob Interesse am Thema besteht und speichern die Antwort in einem Aktionsdatenfeld ab.

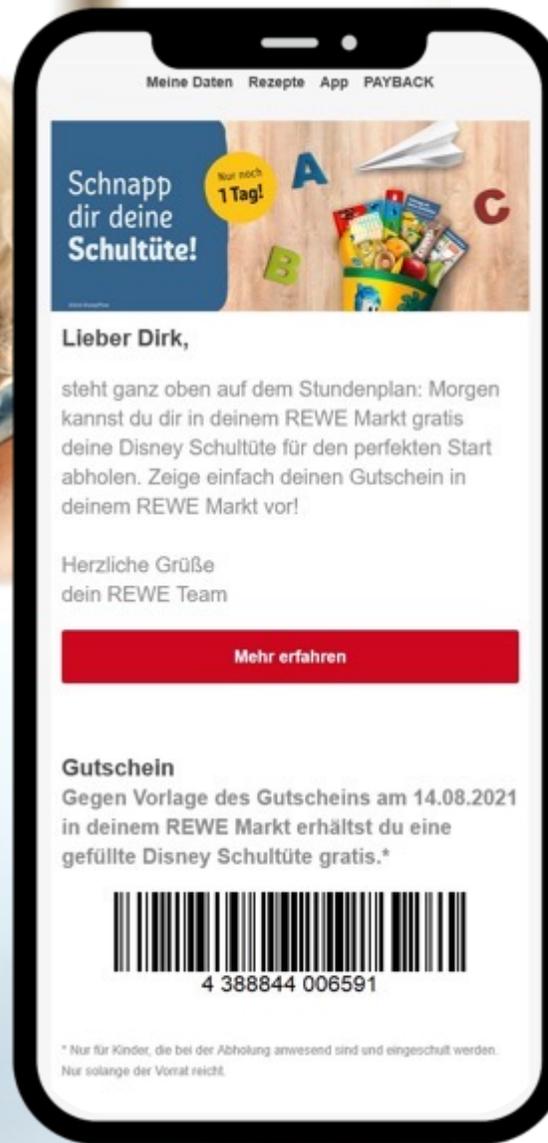
Zudem leiten wir auf unser E-Mail Preference-Center weiter, wo die Postleitzahl eingetragen werden kann (dabei wird eventuell die Newsletter-Einwilligungserklärung aktualisiert).





REWE E-Mail Preference-Center

hier können Kund:innen persönliche
Daten aktualisieren



News die mich wirklich interessieren

Wir senden **Kund:innen mit Interesse** (gesetztes Aktionsdatenfeld) am Freitag vor Aktionstag im individuellen Bundesland um 12 Uhr den Barcode-Coupon per E-Mail zu, der zur Ausgabe der Schultüte an der Kasse eingescannt wird.



Alles für den richtigen Start

Alle **Erstklässler:innen** - bzw. **Eltern** erhalten nach Vorlage des Handzettel- oder Newsletter-Coupons am Aktionstag eine **befüllte Schultüte** gratis im Markt. Die Schultüte ist gefüllt mit:



Obst & Gemüse + weiteren Leckereien



Tipps für den Schulstart



Rezepten für eine bewusste Ernährung



Disney Überraschungen



Ausgabe der Schultüten

24.07.2021: Mecklenburg-Vorpommern

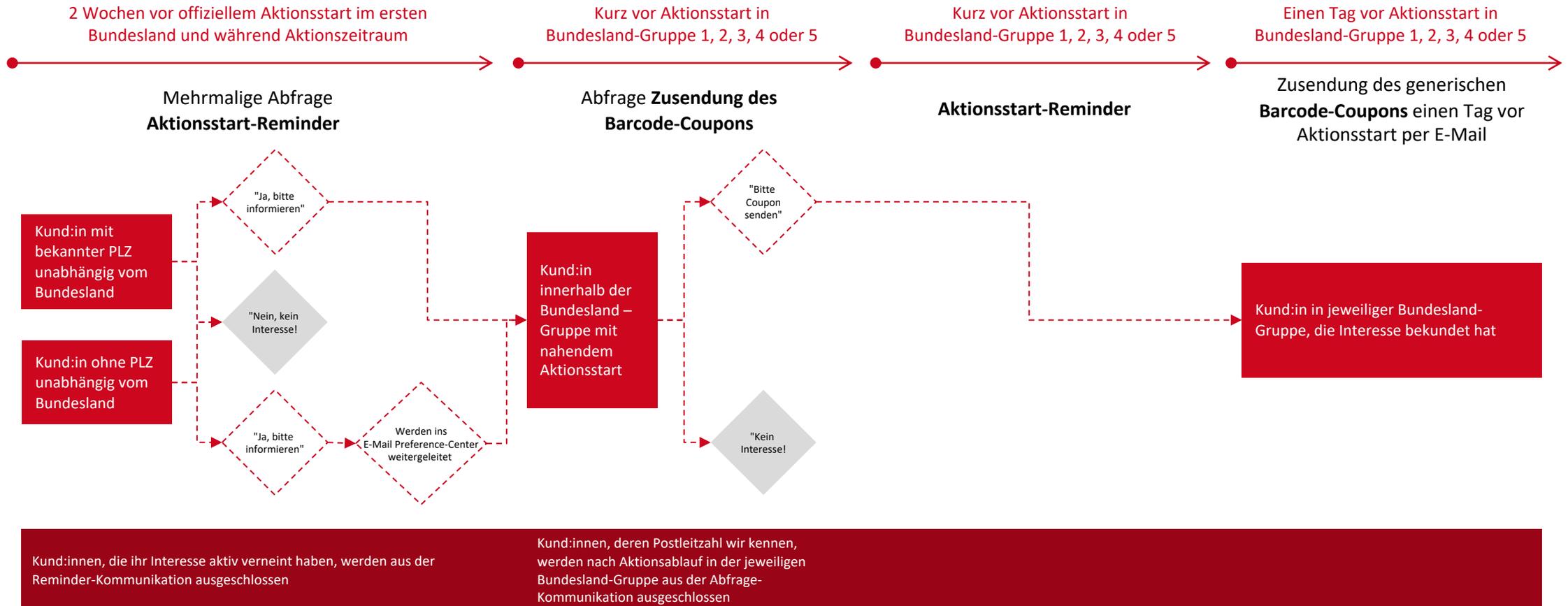
31.07.2021: Hamburg, Schleswig-Holstein,
Berlin, Brandenburg

14.08.2021: Nordrhein-Westfalen

28.08.2021: Bremen, Niedersachsen, Sachsen,
Sachsen-Anhalt, Thüringen, Hessen,
Rheinland-Pfalz, Saarland

11.09.2021: Bayern, Baden-Württemberg

Der Ablauf Step-by-Step zum Erfolg



Sorgfältig und relevant

Infos zu Daten-Nutzung & Daten-Gewinnung



Alle Bedingungen werden über das Bundesland-Datenfeld gesteuert, das sich aus dem Postleitzahl-Datenfeld speist.



Für die Zuweisung von Postleitzahl zu Bundesland pro Kund:in haben wir mit unserem E-Mail Service-Dienstleister artecig eine Automation entwickelt.



Wir setzen bei Interesse an der Kampagne ein gesondertes Aktions-Datenfeld.



Bei Nutzung des E-Mail Preference-Centers wird bei **Kund:innen mit alter Newsletter Einwilligungserklärung** zudem auf die **neue Version** hochgestuft.

Kampagnenerfolge (1/2)

Kundenfokus

Hohes Involvement bei den Newsletter-Empfänger:innen

Anstatt nicht zu reagieren, haben sich die nicht interessierten Empfänger:innen aktiv gegen die Kommunikation entschieden und uns somit die Möglichkeit gegeben, den Content sinnvoll zu reduzieren und somit zu fokussieren.



Wenn man den Kund:innen die Möglichkeit gibt, Themen aktiv abzulehnen, nutzen sie die Chance! Auch so betreiben wir Relevanzmarketing.

Öffnungsrate der Coupon-E-Mails: über 60%

Bis zu 13% CTR Kund:innen mit PLZ || 7% CTR ohne PLZ

**Kein Interesse
an der Aktion**
48% der
Klicker:innen

**Interesse
an der Aktion**
52% der
Klicker:innen

**Einbindung
des persönlichen
Kund:innen-
Interesses**

Kampagnenerfolge (2/2)

Businessfokus

Eine von vielen kleinen Kampagnen mit großer Wirkung für REWE

Wir profilieren erfolgreich Kundendaten und Einwilligungserklärungen nach durch die Nutzung des emotionalen Themas Schultüte. Dabei konnten durch die Leitung der Kund:innen ohne Postleitzahl ins E-Mail Preference-Center Daten angereichert- und die Einwilligungserklärung aktualisiert werden.

» **91% der Klicker ohne Postleitzahl konnten erfolgreich nachprofilert werden**

Kund:innen deren PLZ wir nicht kennen



Lieber Peter,

erste Klasse: unsere große Aktion zum Schulbeginn mit einer gratis Disney Schultüte voller Leckereien und Überraschungen. Gib deine Postleitzahl an und verpasse keine Infos zur Aktion in deinem Bundesland.

Ja, bitte informieren

Nein, kein Interesse



Schnapp dir deine Schultüte!

Am 24.07.21 startet unsere große Disney Schultüten-Aktion! Sollen wir dir deinen persönlichen Gutschein per E-Mail zusenden, sobald die Aktion auch in deinem Bundesland losgeht? Dann nenne uns kurz deine Postleitzahl:

PLZ eintragen

Nein, kein Interesse



Individuell und Data Driven

Bei REWE ist **jede kleine Zielgruppe relevant** und ein Teil der REWE Newsletter Empfänger:innen. Für uns heißt das: Eine **datengetriebene individuelle Kommunikation** um alle Kund:innen in deren aktuellen Lebenssituation abzuholen.

➤ **Mit diesem Relevanzmarketing-Ansatz erzeugen wir langfristig eine bessere Customer Experience für alle.**



Vielen Dank!

Dirk Engelbertz

Daniel Gejic

Team APP und Newsletter - REWE Markt GmbH

Dirk.Engelbertz@rewe-group.com

0151-55123322