



Offline-Retargeting

Überaus erfolgreiches Retargeting

Neukundengewinnung mit Offline-Retargeting als automatisiertes Print-Mailing

- Automatisiertes physisches Mailing als Retargeting für Website-Besucher
- Erfolgreiche Neukundengewinnung
- Erfolg: KUR* von 6,88 %

Die TUI-Tochter Berge & Meer ist Deutschlands führender Reise-Direktanbieter. Seit 40 Jahren bietet der Veranstalter mit Sitz in Rengsdorf im Westerwald Pauschalreisen weltweit an. Dabei liegt der Schwerpunkt heute auf Rund- und Erlebnisreisen, aber auch Kreuzfahrten. Bisher erfolgte die Wiederansprache von Website-Besuchern durch Online-Retargeting und personalisierte, verhaltensbasierte Ansprache auf der Website.

Die Herausforderung

- Viele interessierte Website-Besucher ohne Kaufabschluss
- Zeitnahe und gezielte Ansprache der Interessenten
- Wenig Aufmerksamkeit beim Online-Retargeting
- Rechtliche Hürden durch die neue DSGVO beim E-Mail-Marketing

berge & meer

Offline-Retargeting

Mit Offline-Retargeting können Sie auf Basis digitaler Verhaltensdaten potenzielle Neukunden automatisiert und individuell via Print-Mailing ansprechen. So ist es möglich, unbekannte User, die Ihren Onlineshop ohne Einkauf verlassen, datenschutzkonform zu lokalisieren und gezielt mit einem auf die Onlineaktivität abgestimmten Print-Mailing zu erreichen. Mit Offline-Retargeting erreichen Sie also potenzielle Neukunden genau dann, wenn Interesse an Ihren Produkten und Leistungen besteht.

Das Prinzip Offline-Retargeting



Nutzeridentifikation

Ein unbekannter Website-Besucher wird per Cookie identifiziert und seiner Mikrozone zugeordnet.



Triggeraktivierung

Er löst auf der Website einen Trigger aus, indem er sich für eine bestimmte Produktkategorie interessiert, kauft aber nicht.



Zielgenaue Aussteuerung

Alle Haushalte in der erkannten Mikrozone erhalten daraufhin automatisch ein Mailing, gebäude- oder personengenau, das sich unmittelbar auf die Onlineaktivität bezieht.



Offline-Retargeting

Die Lösung

Mit Offline-Retargeting konnte Berge & Meer zeitnah Kunden gezielt ansprechen, die aufgrund Ihres Online-Verhaltens ein hohes Interesse gezeigt haben. Das konkrete Angebot bestand aus einem 50-Euro-Gutschein inklusive Aktionscode zur exakten Erfolgsmessung und einer mehrmonatigen Gültigkeit.

Die Kampagne

- **Zielgruppenauswahl:** Im Fokus standen alle Website-Besucher, die sich für hochpreisige Rundreisen und Kreuzfahrten interessierten, jedoch nicht gebucht haben.
- **Webemittel:** Postkarte Standard Maxi
- **Versandart:** Teiladressiert
- **Laufzeit:** In der 5-wöchigen Kampagne wurden 2 x pro Woche die Mailings versendet.
- **Erfolgsmessung:** Auf der Karte war ein 50-Euro-Gutschein mit einer Gültigkeit von 6 Monaten integriert.
- **Ergebnis:** Es wurden 54.000 Mailings versandt, die Response lag bei 0,17 % und die KUR* bei 6,88 %.
- **Folge Kampagnen:** Berge & Meer war mit dem Ergebnis so zufrieden, das sie einen dauerhaften Einsatz von Offline-Retargeting zur kontinuierlichen Neukundengewinnung planen.

O-Ton:

Andreas Plohmann, Leiter Marketing:

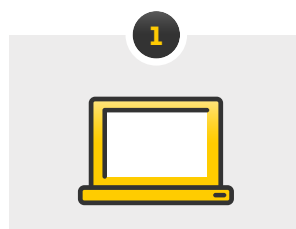
„Mit CAMPAIGN INSIGHTS erhalten wir relevante Insights, um unsere Katalog- und Werbesendungen optimal in unsere Multikanal-Kommunikation zu integrieren. Extrem spannend finden wir die Möglichkeit, mit Offline-Retargeting Online-abbrecher effizient erneut anzusprechen und dabei sogar neue Kunden zu gewinnen.“

Vorteile:

- Erfolgreiche Neukundengewinnung
- Ansprache interessierter Kunden unmittelbar nach dem Trigger
- Steigerung der Sales Conversion Rate dank gezielter Aktivierung
- Einfaches Handling mittels schlanker Prozesse
- Höhere Werbeeffizienz mit deutlich geringeren Kosten

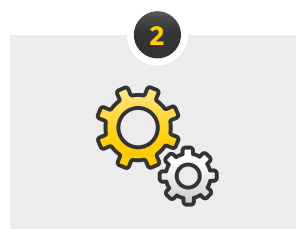
deutschepost.de/offlineretargeting

Neukundengewinnung mit Offline-Retargeting



Messbeginn

Identifikation der User mit Cookie auf der Website



Datenmatch

Automatisierte Verarbeitung der erkannten Cookies, Mailing-Produktion mit personen-/gebäudegenauer Adressierung



Ansprache

Versand und Zustellung der Mailings inklusive Response-Element (Gutscheincode) als Postkarte



Ergebnis

Erfolgsmessung und Abgleich aller Sales mit allen Empfängeradresse