



## Überraschend erfolgreiches Retargeting

### Neukundengewinnung mit TRIGGERIMPULS als automatisiertes Offline-Retargeting

- 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.

#### 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

### TRIGGERIMPULS – das Produkt

Mit TRIGGERIMPULS können Sie auf Basis digitaler Verhaltensdaten potenzielle Neukunden automatisiert und individuell via Print-Mailing ansprechen. So ist es möglich, unbekannte User, die Ihren Onlineshop verlassen, ohne etwas zu kaufen, datenschutz-konform zu lokalisieren und gezielt mit einem auf ihre Onlineaktivität abgestimmtes Print-Mailing zu erreichen. Denn durch ihr Onlineverhalten lösen sie einen Trigger aus.

Mit TRIGGERIMPULS erreichen Sie also potenzielle Neukunden genau dann, wenn Interesse an Ihren Produkten und Leistungen besteht.

### TRIGGERIMPULS – das Prinzip

#### Nutzeridentifikation



Ein unbekannter Website-Besucher wird durch CONCENTRIC Cookie identifiziert und seiner Mikrozelle 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 Mikrozelle erhalten daraufhin automatisch ein Mailing, gebäude- oder personengenau, das sich unmittelbar auf die vorherige Onlineaktivität bezieht.

\* KUR: Kosten-Umsatz-Relation = (Kosten / Umsatz)\*100

**Lösung**

Mit TRIGGERIMPULS 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 TRIGGERIMPULS zur kontinuierlichen Neukundengewinnung planen.

**O-Ton:****Gereon Krahn****Bereichsleiter Eigenvertrieb****Berge & Meer Touristik GmbH:**

„Die Ergebnisse der ersten Kampagne haben uns überzeugt. Die Zielgruppenlogik und die Optimierungsmöglichkeiten passen gut zu unserer Vermarktungsstrategie“

**Neukundengewinnung mit TRIGGERIMPULS****Messbeginn**

Identifikation der User mit CONSENTRIC Cookie im Berge & Meer Online-Shop

**Datenmatch**

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

**Ansprache**

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

**Ergebnis**

Erfolgsmessung über Gutscheineinlösung und Abgleich mit Empfängeradresse

**Vorteile:**

- Erfolgreiche Neukundengewinnung
- Ansprache von interessierten Kunden unmittelbar nach dem Trigger
- Steigerung der Sales Conversion Rate durch gezielte Aktivierung
- Einfaches Handling durch schlanke Prozesse
- Höhere Werbeeffizienz mit deutlich geringeren Kosten

**[deutschepost.de/triggerimpuls](https://deutschepost.de/triggerimpuls)**

\* KUR: Kosten-Umsatz-Relation = (Kosten / Umsatz)\*100