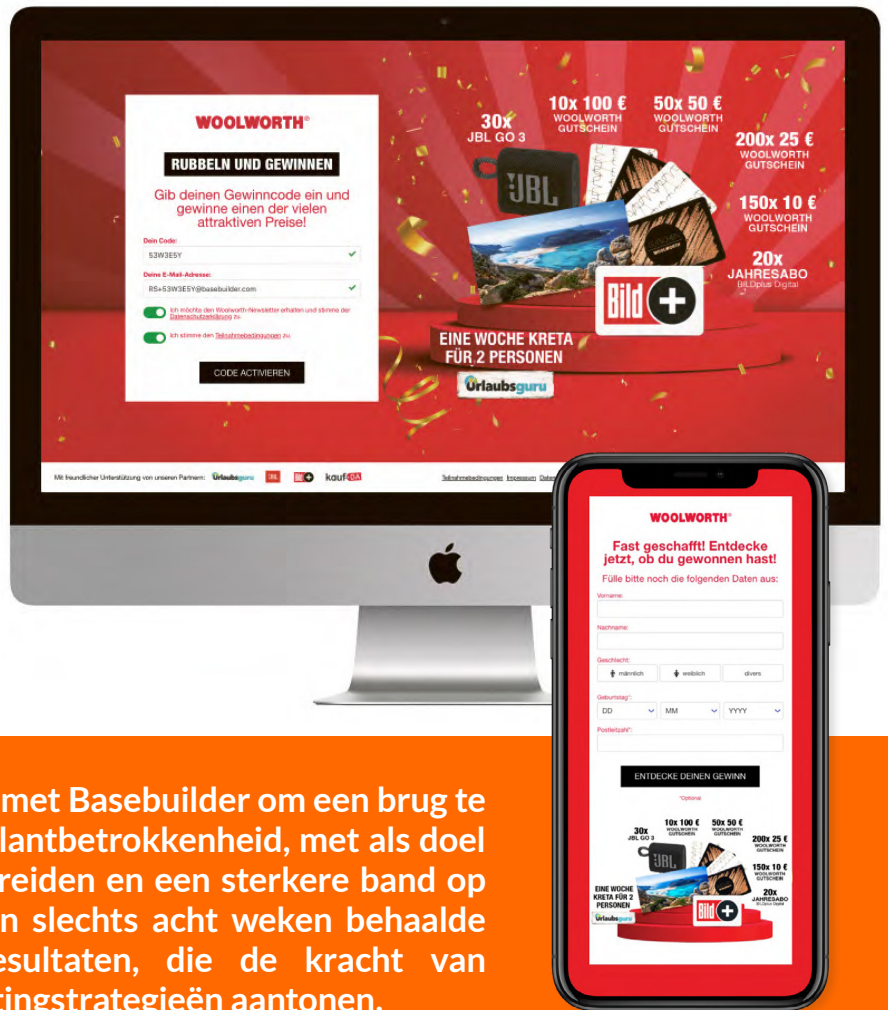


HOE WOOLWORTH ZIJN NIEUWS- BRIEFDATABASE MET 358% UITBREIDDE IN ACHT WEKEN

Case study | Woolworth GmbH & Basebuilder B.V. (onderdeel van Linehub)



Woolworth GmbH werkte samen met Basebuilder om een brug te slaan tussen digitale en in-store klantbetrokkenheid, met als doel hun nieuwsbriefdatabase uit te breiden en een sterkere band op te bouwen met offline klanten. In slechts acht weken behaalde Woolworth indrukwekkende resultaten, die de kracht van eenvoudige, datagedreven marketingstrategieën aantonen.

AANPAK

Een van Woolworths strategische doelen was om klanten te verbinden via offline en online kanalen. De doelen van deze campagne waren:

- Het uitbreiden van de nieuwsbriefdatabase
- Het verzamelen van gegevens en het opbouwen van een digitale relatie met offline klanten
- Het versnellen van de verschuiving naar uitsluitend digitale marketing

Het succes van de campagne zat in de eenvoud en het gebruiksgemak:

1. In april en maart 2022 werden er 3,9 miljoen kraskaarten uitgedeeld aan klanten in bijna 500 Woolworth-winkels in Duitsland. Elk kraslot bevatte een unieke code waarmee prijzen zoals een vakantie naar Kreta, JBL-speakers, Bild+ toegang en Woolworth-cadeaubonnen gewonnen konden worden. Elke winkel ontving een gepersonaliseerde set kaarten, waarmee Woolworth de prestaties op winkelniveau kon monitoren. Instructies op de achterkant van de kaart

legden uit hoe deel te nemen, ondersteund door een QR-code die direct naar de campagnewebsite leidde. Woolworth promoveerde de campagne via wekelijkse folders, sociale media, digitale nieuwsbrieven en POS-materialen in de winkel voor extra zichtbaarheid.

“Met betrekking tot de druk en distributie van de kraskaarten hebben team Basebuilder en hun drukpartner fantastisch werk geleverd. De kwaliteit was uitstekend en de kraskaarten kwamen op tijd en op de juiste plaats aan.”

- Ruben Schmitz, Hoofd Marketing bij Woolworth GmbH.

2. Deelnemers vulden hun unieke wincode en e-mailadres in op de campagnewebsite, met de optie zich in te schrijven voor de nieuwsbrief.
3. Om de kwaliteit van de gegevens te waarborgen, ontvingen deelnemers een verificatiemail. Alleen dubbel opt-in registraties werden toegevoegd aan Woolworths database, wat de deliverability, open rates en verzendreputatie verbeterde.

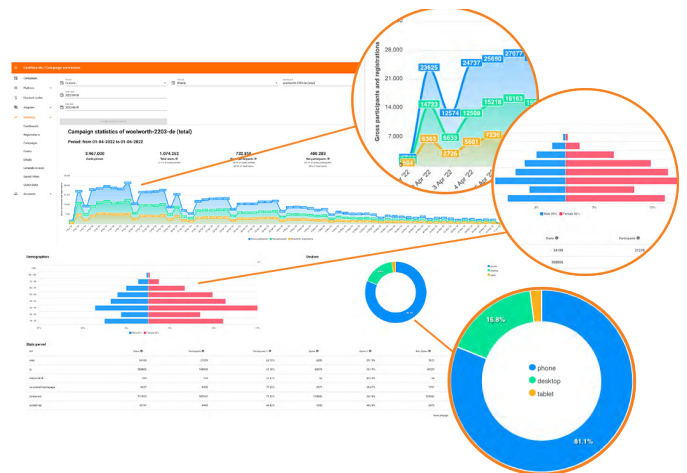
- Na verificatie konden deelnemers extra gegevens opgeven zoals naam en geslacht. Postcode en geboortedatum waren optioneel.
- Deelnemers die de hoofdprijs niet wonnen, ontvingen een exclusieve korting op JBL koptelefoons en werden aangemoedigd om de app van Woolworths partner kaufDA te downloaden. Met het oog op papierloze marketing biedt Woolworth via kaufDA een digitaal alternatief voor traditionele papieren folders.

“Basebuilder is in elk detail vaardig met dit soort campagnes. De samenwerking was probleemloos en we hebben geen klachten. De campagne startte zoals gepland en de online flow en website waren perfect.” - Sophie Sobura, Online Marketeer bij Woolworth GmbH.

RESULTATEN

- 3,9 miljoen kraskaarten uitgedeeld in 500 winkels
- 408.283 unieke deelnemers, 10,5% conversie (met 85% voltooiing op optionele velden zoals ‘geslacht’ en ‘geboortedatum’)
- 178.877 nieuwe nieuwsbriefabbonementen met een conversie van 43,8%
- 1.500 kaufDA app-installaties

“De e-mailadressen die we met deze campagne hebben verzameld, presteren uitstekend. De uitschrijvingen zijn minimaal en open rates tussen de 23% en 28% zijn vergelijkbaar met onze organisch opgebouwde database.” - Sophie Sobura, Online Marketeer bij Woolworth GmbH.



REAL-TIME STATISTIEKEN

De resultaten van de campagne waren in real-time zichtbaar, met meerdere filters en selecties beschikbaar. Woolworth volgde aantallen deelnemers, nieuwsbriefinschrijvingen, demografische gegevens, apparaatgebruik en verkeersbronnen. Dit stelde Woolworth in staat de prestaties op winkelniveau te volgen, en locaties te motiveren en te belonen op basis van resultaten.

CONCLUSIE

Deze kraskaarten-campagne toonde Woolworths succesvolle integratie van offline en online marketing, en bouwde een solide digitale klantenbasis op. Het succes van de campagne leidt tot plannen voor toekomstige campagnes en versterkt de waarde van gerichte, data-gedreven benaderingen in klantbetrokkenheid.

CONTACT

Laten we samen succes behalen! Neem vandaag nog contact met ons op en ontdek wat Basebuilder voor jou kan doen.

Basebuilder

Sira van Zanten

Sales Manager Benelux

+31 (0)6 51 97 92 77

sira.vanzanten@basebuilder.com

