

WIE **NORAH** DIE KUNDENBINDUNG UND DEN UMSATZ MIT HILFE EINER AKTIVIERUNGSKAMPAGNE STEIGERTE

Fallstudie | Norah & Basebuilder B.V. (Teil von Linehub)



Im Dezember 2024 entwickelte Basebuilder eine umfassende Kampagne für Norah, um die Kundeninteraktion zu erhöhen, die Kundendatenbank zu erweitern und den Umsatz zu steigern. Durch eine Kombination aus Promotion in der Filiale und einem optimierten Online-Erlebnis konnte die Kampagne das Engagement und den Umsatz erfolgreich steigern.

VORGEHENSWEISE

Für eine möglichst hohe Beteiligung wurden 100.000 Promokarten in 103 Filialen verteilt und den Online-Bestellungen beigelegt. Jede Karte war mit einem individuellen QR-Code und einem Gewinncode versehen, so dass die Kunden leicht auf die Website der Kampagne zugreifen konnten, auf der ihr Gewinncode bereits vorausgefüllt war. Für die Teilnahme gaben die Kunden einfach ihre E-Mail-Adresse ein und abonnierten den Newsletter.

Zur Gewährleistung der Datenqualität erhielten die Teilnehmer eine Bestätigungs-E-Mail. Sie konnten dann aus drei festlichen Outfits wählen und hatten die Chance, ihren gewählten Look zu gewinnen. Wer keinen Hauptpreis gewann, erhielt einen 15 %-Rabattgutschein für den nächsten Einkauf, um das Engagement der Teilnehmer aufrechtzuerhalten und sie zu einem erneuten Einkauf zu bewegen.

ERGEBNISSE

Die Norah Aktivierungskampagne lieferte eindrucksvolle Ergebnisse:

- **Teilnahmequote:** 36,7% der Promo-Karten führten zu einer Teilnahme.
- **Neue Newsletter-Abonnenten:** 15,9% der Teilnehmer waren neue Abonnenten.
- **Coupon-Einlösung:** 12,3% der Rabattgutscheine wurden eingelöst.
- **Engagement in den Filialen:** 100% haben die Karten aktiv verteilt.
- **Kosteneffizienz:** Die effektiven Kosten pro Lead (eCPL) lagen bei nur 1,54€, sodass es sich um eine äußerst effiziente Methode zur Gewinnung wertvoller Leads handelt.

Norah überwachte die Leistung der Kampagne genau. In der ersten Woche hatten 22 Filialen ihre Promokarten noch nicht verteilt. Anhand von Echtzeitdaten ermutigte Norah diese Filialen, Maßnahmen zu ergreifen, um eine umfassende Teilnahme zu gewährleisten. Am Ende der Kampagne waren alle 103 Filialen aktiv beteiligt, was zu einer beachtlichen Zahl von 36.705 Teilnehmern führte.

FAZIT

Diese Aktivierungskampagne hat gezeigt, wie eine Kombination aus Aktivitäten in den Filialen und einer Online-Plattform das Kundenengagement verbessern, die Umsätze steigern und wertvolle Leads für künftige Marketingmaßnahmen generieren kann. Diese Strategie förderte eine starke Beteiligung, während die Nachverfolgung in Echtzeit schnelle Anpassungen zur Maximierung der Ergebnisse ermöglichte. Durch das Anbieten interaktiver Erlebnisse und das Sammeln von Daten erzielte Norah sowohl eine unmittelbare Wirkung als auch einen dauerhaften Kundennutzen, der den Umsatz steigert und die Kundenbeziehungen stärkt.



KONTAKT

Lassen Sie uns gemeinsam erfolgreich sein! Nehmen Sie Kontakt mit uns auf und entdecken Sie, wie unsere Aktivierungskampagnen und Performance-Marketing-Lösungen das Engagement fördern, Ihre Marketingmaßnahmen ankurbeln und die Sichtbarkeit Ihrer Marke verbessern können, so wie wir es für Norah getan haben.



 **Basebuilder**

Johannes Eichner

Sales Manager DACH

[+49 176 108 666 80](tel:+4917610866680)

Johannes.eichner@basebuilder.com

„Eine Kampagne für mehr als 100 Filialen zu initiieren, ist keine Kleinigkeit, aber dank unserer effektiven Kommunikation mit Basebuilder konnten wir alle unsere Deadlines einhalten. Darüber hinaus sind wir von den Ergebnissen sehr beeindruckt, die Konversionsrate der Rubbellose hat unsere Erwartungen übertroffen.“



Sandra Nota
CRM-Marketing
Norah

