

HOE **NORAH** KLANTBETROKKENHEID EN VERKOOP VERHOOGDE MET EEN ACTIVATIECAMPAGNE

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



norah

In december 2024 lanceerde Basebuilder een activatiecampagne voor Norah om de klantinteractie te vergroten, de database uit te breiden en de verkoop te stimuleren. Door een combinatie van in-store distributie en een soepele online ervaring wist de campagne de betrokkenheid en verkoop succesvol te verhogen.

AANPAK

Om de deelname te maximaliseren, werden er 100.000 promotiekaarten uitgedeeld, verspreid over 103 winkels en toevoeging aan online bestellingen. Elke promokaart bevatte een unieke QR-code en wincode, waarmee klanten eenvoudig toegang kregen tot de campagnewebsite, waar hun wincode al was ingevuld. Om deel te nemen hoefden klanten alleen hun e-mailadres in te voeren en zich te abonneren op de nieuwsbrief.

Om de kwaliteit van de gegevens te waarborgen, ontvingen deelnemers een verificatie-e-mail. Vervolgens konden zij kiezen uit drie outfits voor een kans om hun geselecteerde look te winnen. Degenen die geen hoofdprijs wonnen, kregen een kortingsvoucher van 15% voor hun volgende aankoop, wat de betrokkenheid verhoogde en herhaalaankopen stimuleerde.

RESULTATEN

De Norah activatiecampagne leverde deze indrukwekkende resultaten op:

- **Deelnamepercentage: 36,7%**
van de promotiekaarten leidde tot deelname.
- **Nieuwe nieuwsbriefinschrijvingen: 15,9%**
van de deelnemers was een nieuwe abonnee.
- **Voucherinwisselingen: 12,3%**
van de kortingsvouchers werd gebruikt.
- **Winkelbetrokkenheid: 100%**
hebben de kaarten actief verspreid.
- **Kostenbesparing:** De effectieve kosten per lead (eCPL) bedroegen slechts €1,54, wat deze campagne een zeer efficiënte methode maakte om waardevolle leads te genereren.

Norah hield de campagneresultaten nauwlettend in de gaten. In de eerste week hadden 22 winkels hun kaarten nog niet uitgedeeld. Dankzij real-time inzichten kon Norah deze winkels aansporen om actie te ondernemen. Hierdoor deden uiteindelijk alle 103 winkels mee, met als resultaat een indrukwekkend totaal van 36.705 deelnemers.

CONCLUSIE

Deze activatiecampagne laat zien hoe de combinatie van in-store activiteiten en een online platform kan bijdragen aan een hogere klantbetrokkenheid, verbeterde conversies en waardevolle leadgeneratie voor toekomstige marketing-initiatieven. De strategie zorgde voor een hoge participatie, terwijl real-time tracking snelle aanpassingen mogelijk maakte om de resultaten te maximaliseren. Door interactieve ervaringen aan te bieden en data te verzamelen, realiseerde Norah zowel directe impact als langdurige klantwaarde, wat leidde tot hogere verkoopcijfers en sterkere klantrelaties.



CONTACT

Laten we samenwerken! Neem contact met ons op en ontdek hoe onze activatiecampagnes en performance marketing-oplossingen de betrokkenheid kunnen vergroten, je marketinginspanningen kunnen versterken en de merkzichtbaarheid kunnen verbeteren, net zoals we dat voor Norah hebben gedaan.



Basebuilder

Sira van Zanten

Sales Manager Benelux

[+31 \(0\)6 51 97 92 77](tel:+31651979277)

sira@basebuilder.com

“Een campagne lanceren voor 100+ winkels is geen eenvoudige opgave, maar dankzij de effectieve communicatie met Basebuilder hebben we alle deadlines gehaald. Bovendien zijn we enorm onder de indruk van de resultaten; de conversieratio van de kraskaarten overtrof onze verwachtingen.”



Sandra Nota
CRM-Marketing
Norah

