

A wireframe pear is on the left and a wireframe heart is on the right. The heart has a small stem-like protrusion at the top. The background is white with faint, scattered dots.

# **E-Mail Award 2017**

# **REWE Lieferservice Valentinskampagne**

Dirk Engelbertz  
Daniel Gejic  
Nicolai Wollram

**REWE** digital

# Key Facts & Kampagnen-Setting

Durch mehrstufige, individualisierte Kampagne und effizienter segmentspezifischer Incentivierung zu maximalem Erfolg



## Mehrstufigkeit und Storytelling "Valentinstag"

Die Kampagne wurde 3-stufig aufgesetzt. Storytelling: "Lass Dich beliefern und nutze die gewonnene Zeit mit Deinem Partner (Valentins-Themenwelt) oder verwöhne Dich selbst (Brunch-Themenwelt)".



## Content Individualisierung und Personalisierung

Basis waren Stamm- und Response-Daten

(z. B. Geschlecht als Attribut für individualisierte Grafiken, der Vorname für Bildpersonalisierung, Kundensegmentierung für Wert des Incentives, Open/Klick für Storytelling und Incentivierung)



## Testing & Storytelling (über Kundensegmente hinweg)

- Betreffzeilen-Tests / -Individualisierung in allen Stufen:
  1. „Keine Lust auf dicke Luft?“ VS „Hören Sie auf Ihr Bauchgefühl“ / „Das gibt Ärger...“
  2. „Mit viel Liebe – unser x € Gutschein für Sie“ / „Das gibt Ärger...“
  3. „Lassen Sie x Euro liegen?“
- Testing Bildpersonalisierung

# Kampagnenmechanik

In drei Stufen zur erfolgreichen Valentinstags-Kampagne

## Stufe 1



**Zur Frühstückswelt**

Lieber Herr Wollram,  
der Valentinstag nahet – und wir tun die Suche nach Geschenken für Ihren Partner. Wie wäre es mit einem leckeren Frühstück? Dann Liebe geht ja bekanntlich durch den Magen. Gehen Sie doch mit in unsere Frühstückswelt. So bekommen Sie statt eckiger Luft ein dickes Köstchen. Und für Single-Männer wir natürlich auch etwas vorbereitet!

Ihr Team vom REWE Lieferservice



**REWE Valentinswelt**  
Hier finden Sie Inspiration rund um den Valentinstag.  
Das lässt alles noch höher schickig: unsere Lieferservice bringt Ihnen die Einkäufe direkt nach Hause und Sie müssen die Zubereitung nicht selbst machen.

**Jetzt entdecken**

**Single?**  
Sicherlich doch rechtlich, dann orientieren Sie sich an unseren Valentinswelt. Natürlich können Sie Produkte mitbringen oder bestellen.

**Hier einkaufen**

Storytelling-Infos per Klick sammeln: Single oder in Beziehung

Identifyer Single  
m/w

## Stufe 2



**Zur Frühstückswelt**

Lieber Frau Gejic,  
der Valentinstag steht unmittelbar vor der Tür – und mit ihm viele Liebesromane. Wir denken an Sie und mit unserem 06 Frühstück an Sie. Nur bis zum Valentinstag gültig! Machen Sie sich selbst und Ihrem Partner eine Freude. Sollte die E-Mail bei Ihnen nicht optimal dargestellt werden, klicken Sie bitte hier.

**Zur Valentinswelt**

Lieber Herr Wollram,  
der Valentinstag steht unmittelbar vor der Tür – und mit ihm vielleicht auch der REWE Lieferservice. Denn mit unserem 06 Frühstücksrabatt können Sie sich ein wundervolles Frühstück in den Tag bereiten. Und Sie haben weniger Stress, denn das Einkufen und Liefern übernehmen wir.

Ihr Team vom REWE Lieferservice

Auf Basis der Response-Daten Fortführung des Storytellings und Einsatz von Incentives.

## Stufe 3



**Ihr 5 € Guthchein\***  
Einmal ausstricken und beim Lieferservice abgeben.

Jetzt schnell bestellen und liefern lassen. Guthchein ist bis zum 20.02.2016 gültig.

0 123456 789012

Optimierung der Conversions durch Verlängerung der Kampagne.

Identifyer Paare

# Key Performance Indicators (Auswahl)

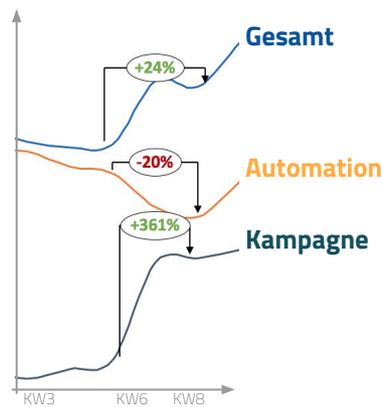
Einen holistischen Kampagnen-Aufsatz mit maximaler Wirkung erzeugen

## KPIs aktive Kunden\*:

	ÖR	KR	AR
Mail 1	37%	6%	0,4%
Mail 2	43% ↑	6%	0,2% ↓
Mail 3	80% ↑	6%	0,2% ↓

Kontinuierlich bessere KPIs entlang der Kampagne durch Relevanz-Steigerung von Inhalte & Incentivierung. Abmelde Rate i.H.v. 0,3% unter Durchschnitt.

\*ähnlich positiv bei inaktiven- und Neukunden



## Umsatz überkompensiert

Deutliches Plus - trotz Automation Einbußen - im Kampagnenzeitraum.



## Bildpersonalisierung

Personalisierte Hauptgrafik wirkt. Die effektive Klickrate war bei der namentlichen Ansprache 5% höher.



Testgruppe A

Testgruppe B

