

**Bewerbung
E-Mail-Award
IDM Südtirol
Südtirol Tourismus**



**Hallo, ich bin Thomas Federkiel,
Geschäftsführer, Federkiel & Friends.**

**Ich möchte die folgenden Schwerpunkte
des Projektes IDM Südtirol präsentieren:**

- #1 Lead-Generierung
- #2 Effiziente Redaktion
- #3 Optimierte Prozesse
- #4 Relevante Newsletter
- #5 Erfolge

Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne unter
t.federkiel@federkielandfriends.de zur Verfügung.

#1 Lead-Generierung

Wie lassen sich rechtskonform
Leads über Social Media gewinnen
und diese im E-Mail-System
verarbeiten?



1# Lead-Generierung / Facebook Lead Ads

Zur Abonentengewinnung wurden saisonal gesteuerte Lead Ads ausgespielt. Kampagnenmotive, verschiedene Zielgruppen. Doch wie kann man die Grauzone des Opt Ins verlassen und valide Abonnenten gewinnen? Hierzu wurde der folgende Prozess erstellt ...

The image displays a sequence of four screenshots from a Facebook Lead Ad campaign for 'Südtirol bewegt - Alto Adige da vivere'. The campaign is sponsored and uses a carousel format.

- Slide 1 (Overview):** Shows the ad's text: 'Du kennst Südtirol wie deine Westentasche? Wir haben hier etwas, das du vermutlich noch nicht weißt. Jetzt anmelden ... Mehr anzeigen'. Below the text is a carousel of images: wine glasses, a person in a field, and a person in a wooden building.
- Slide 2 (Welcome):** Titled 'Schön, dass du da bist!'. It says: 'In unserem Newsletter wollen wir dir die unbekanntesten Seiten Südtirols zeigen. Und dir vor allem seine Menschen vorstellen. Lass dich inspirieren von außergewöhnlichen Geschichten und nimm den einen oder anderen Geheimtipp für deinen nächsten Südtirol-Urlaub mit. Melde dich jetzt'. A 'Weiter' button is at the bottom.
- Slide 3 (Privacy Consent):** Titled 'Ich willige in die Datenverarbeitung zu Marketingzwecken ein'. It includes a consent form with fields for 'Vorname' and 'Nachname', each with a 'Gib deine Antwort ein.' prompt. A 'Absenden' button is at the bottom.
- Slide 4 (Thank You):** Titled 'Vielen Dank für deine Anmeldung!'. It says: 'Du kannst jetzt unsere Website besuchen.' and 'Du hast deine Antworten erfolgreich gesendet.' A 'Südtirol entdecken' button is at the bottom.

At the bottom of the ad sequence, there is a 'FORMULAR AUF FACEBOOK' section with a 'REGISTRIEREN' button and a 'Werde zum Südtirol-Insider' prompt. The ad is shown in a mobile view with navigation arrows and progress indicators (1 von 4, 2 von 4, 3 von 4, 4 von 4).

1# Lead-Generierung / Prozess der Datenerhebung (HubEngine)

... Über eine Middleware, werden per API die Leads direkt an das E-Mail-System übergeben ...

HubEngine: Wähle deinen Integrations-Plan

CDP eBook

8,836 Integration Pläne verfügbar - Cloud, on-Premises oder Hybrid.

Facebook

Activate



Evalanche

facebook

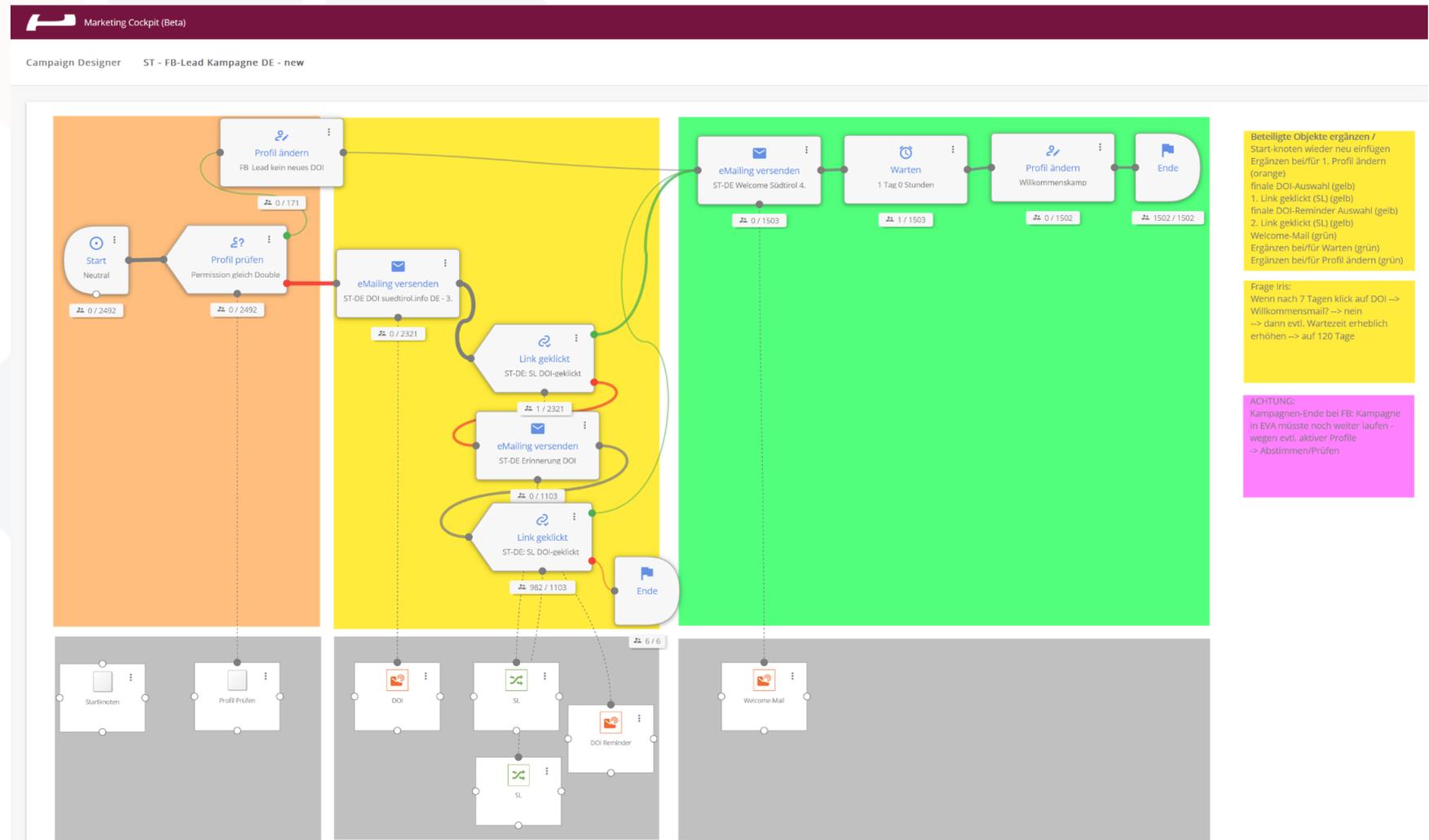
Facebook Lead Ads
Facebook Inc.



Evalanche
SC-Networks

1# Lead-Generierung / DOI-Flow im E-Mail-System

... Im E-Mail-System wird dann der DOI-Prozess angestoßen und nach Bestätigung ein Welcome-Mail versendet ...



1# Lead-Generierung / Beispiel Anmeldeprozess

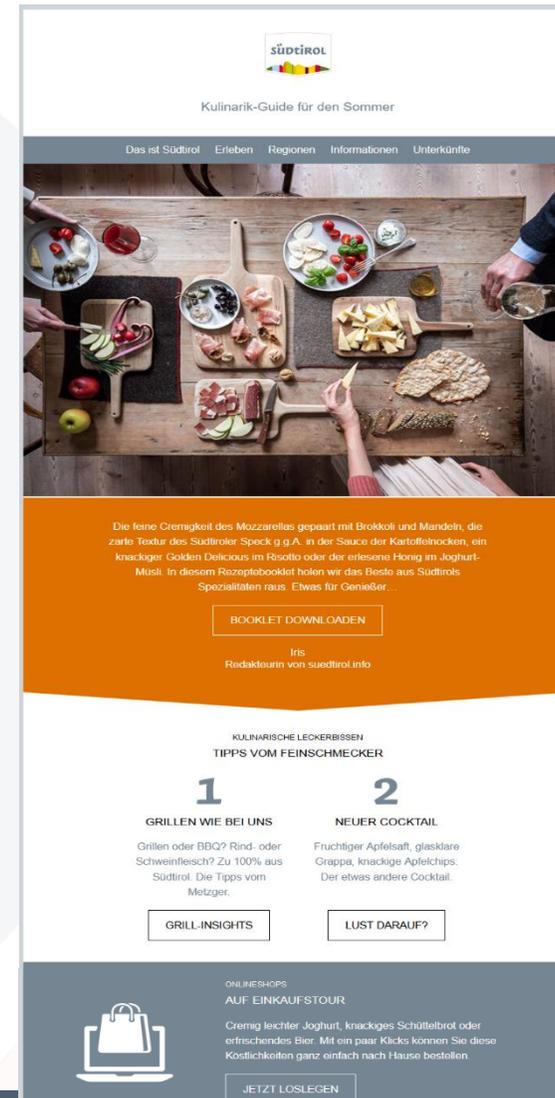
... Der komplette DOI-Prozess wurde optimiert. Saisonale Bilder die aufeinander aufbauen. Klare Führung des Lesers zum nächsten CTA.



DOI-Mail



DOI-Reminder



Welcome Mail

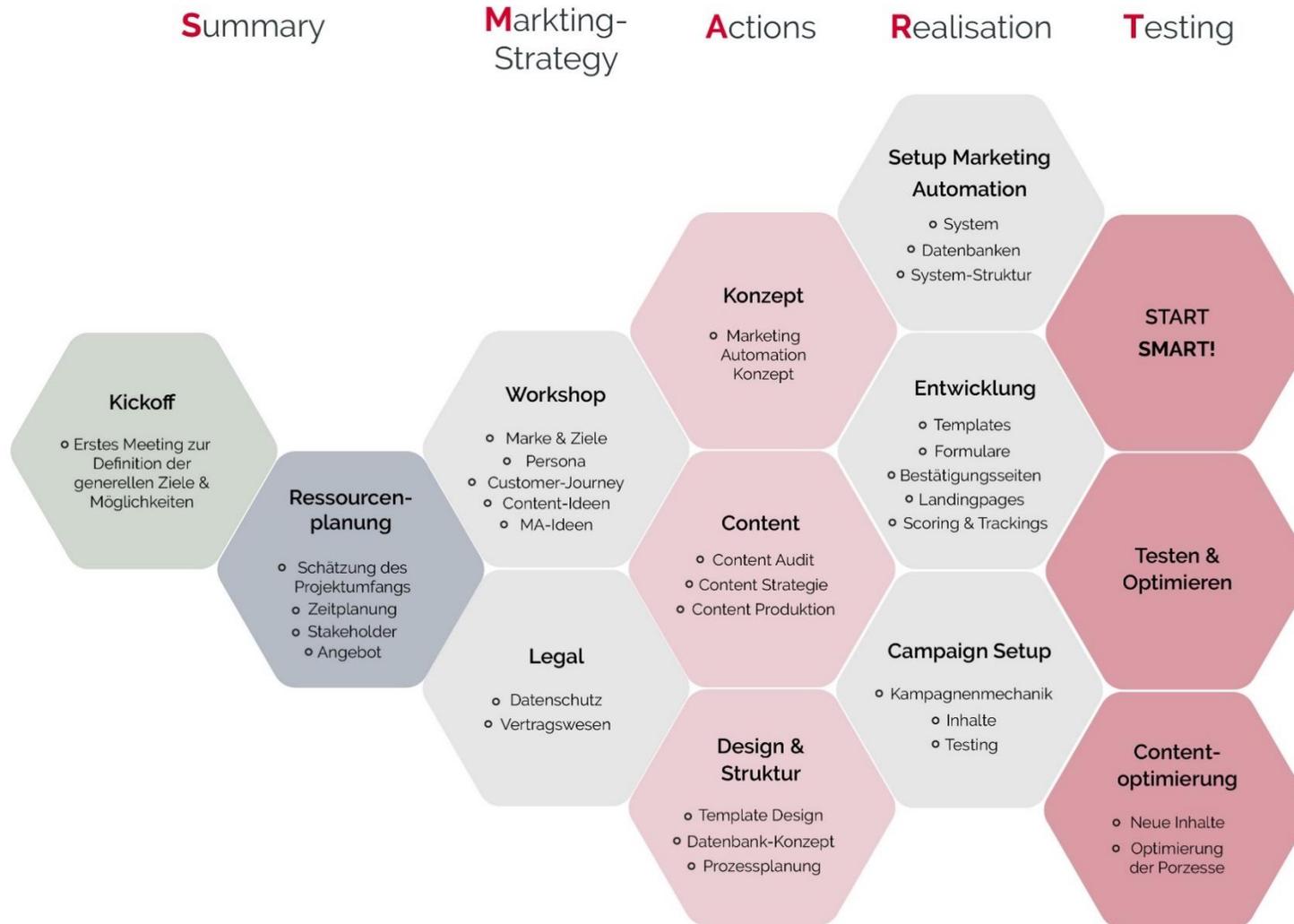


#2 Effiziente Redaktion

Wie kann man relevante Newsletter von vielen Redakteuren unterschiedlicher Abteilungen, in mehreren Sprachen effizient umsetzen?

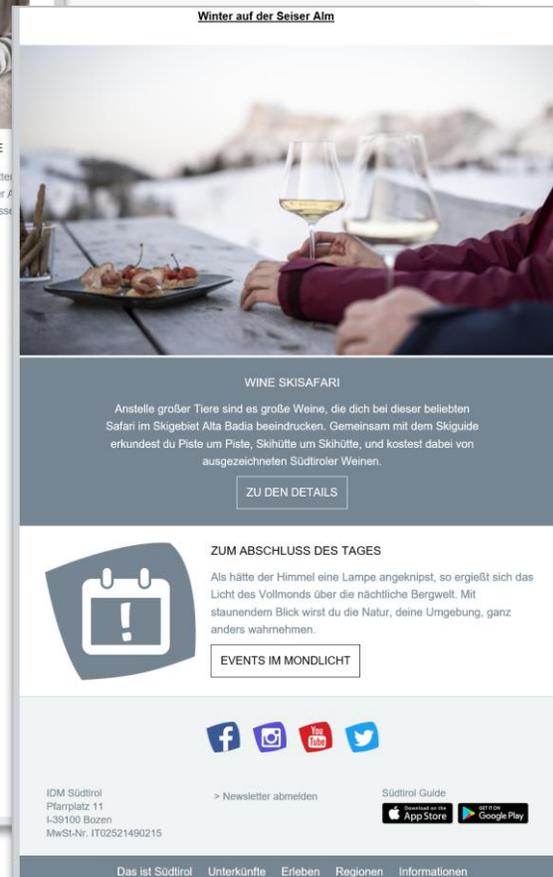
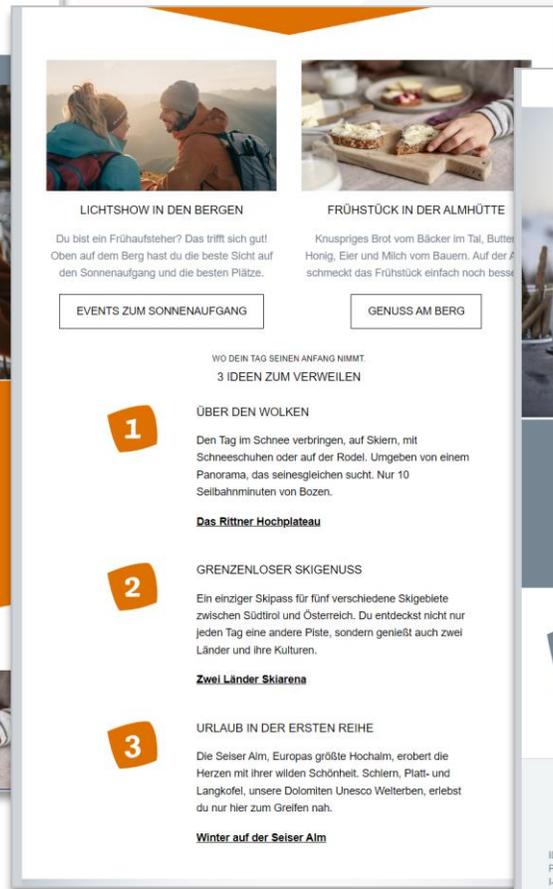
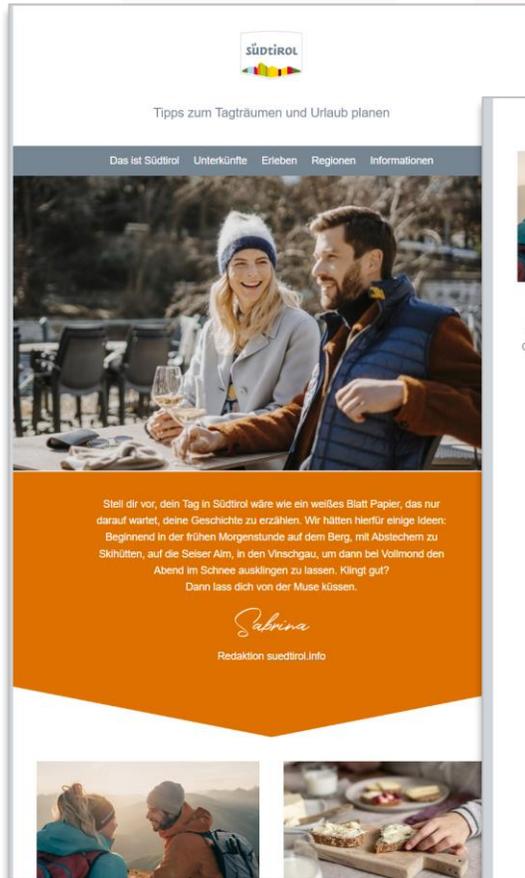
#2 Effiziente Redaktion / Entwicklungsprozess

... In diversen Workshops wurden die Pain-Points der Redakteure besprochen. Die Wünsche der Zielgruppen wurden analysiert, der Ist-Stand ausgewertet und unterschiedliche Konzepte erarbeitet. Die Umsetzung erfolgte nach unserem erprobten SMART Onboarding-Prozess ...



#2 Effiziente Redaktion / Relevante Newsletter

... Neue Newsletter-Templates wurden erarbeitet. Visuell sollte der Leser durch klar strukturierte Bereiche geführt werden. Die CTA's sollten nicht zu aufdringlich wirken.



Beispiel:

<https://news.suedtirol.info/a.php?sid=gqm7e.22fprbt,f=1>

#2 Effiziente Redaktion / Flexible Templates

... Auf Basis flexibler Möglichkeiten, sollte mit nur einem Template die Umsetzung aller unterschiedlichen Bereichsnewsletter, B2B und B2C möglich sein. Die Erstellung für Redakteure wurde so einfach wie möglich gestaltet. (Fehler vermeiden. Zeit einsparen) ...

Mailing-Typ (Container): Südtirol Info DE

Sprachwechsler-Text:

Sprachwechsler-Link:

Logo: anzeigen

Menü: anzeigen

Feedback/Bewertung: anzeigen

Socials: anzeigen

Preheader/Titel: Die besten Gründe für Workation in Südtirol

Falls der Newsletter nicht richtig angezeigt wird, klicken Sie bitte hier



Die besten Gründe für Workation in Südtirol

Das ist Südtirol Erleben Regionen Informationen Unterkünfte

Slot 0 (breit)



Gibt es ein schöneres Synonym für Südtirol? Wohl kaum. Ein Wort, besser gesagt, die Kombination von zwei Wörtern, bringt die Vorzüge unseres Landes auf den Punkt: WORKATION. Der Kunstbegriff setzt sich zusammen aus Work (Arbeit) und Vacation (Urlaub). Beides lässt sich in Südtirol wunderbar vereinen. Also warum nicht den Arbeitsplatz hierher verlegen? Dank modernster Infrastrukturen und Services arbeiten Sie gleich produktiv oder womöglich noch produktiver, um sich schon kurz nach Feierabend wie mitten im Urlaub zu fühlen. So erleben Sie Südtirol als echter Insider und nehmen das Land noch intensiver wahr.

Gute Arbeit UND schönen Urlaub!

MEHR ERFAHREN

Sabrina
Sabrina
Redaktion suedtirol.info

Slot 0 (breit)

Headline-Ausrichtung: linksbündig

Rubrik:

Headline: Drei gute Gründe

Slot 1 (schmal)

GENUSS

1 Von bodenständiger Hüttenküche bis sterngekröntes Restaurant. Immer ist die hohe Qualität tonangebend.

WO WIR EINKEHREN

KULTUR

2 Drei Sprachen, diverse Dialekte, Architektur, Museen, Bauentum... Südtirols Kultur lädt zur Entdeckungsreise ein!

WER WIR SIND



NACH GETANER ARBEIT

Stellen Sie sich einen Aufenthalt in Südtirol vor. Und nun stellen Sie sich vor, Sie verlegen Ihren Arbeitsplatz einfach dorthin, wo 7 Mio. Gäste im Jahr Urlaub machen. Finden Sie ein geeignetes Büro mit allem, was Sie benötigen und genießen Sie die Aussicht. Schon kurz nach Feierabend liegt Ihnen eine großartige Landschaft zu Füßen, bereit von Ihnen beim Genusswandern entdeckt zu werden.

GENUSSZEIT IM HERBST

Slot 4 (breit)

Headline-Ausrichtung: linksbündig

Rubrik:

Headline: ERLEBEN NACH SÜDTIROLER ART

Slot 5 (schmal)

STADTSCHÖNHEITEN

1 Pulsierend, verträumt, von faszinierendem Reiz. Durch Südtirols Städte flanieren und ihre verschiedenen Seiten kennenlernen.

AUF STREIFZUG GEHEN

WEIN UND ARCHITEKTUR

Umsetzung aller Newsletter basiert auf Master-Template

#3 Optimierte Prozesse

Wie lässt sich ein Anmeldeprozess für alle Touchpoints aller Locations einsetzen und optimieren?

#3 Optimierte Prozesse / Entwicklung globaler Anmeldeprozesse

... Nach einer ausführlichen IST-Analyse der bestehenden Leadgewinnungs-Prozesse über alle Websites und Regionen hinweg, wurden Optimierungs-Thesen erstellt. Diese wurden überprüft, getestet und ausgerollt ...

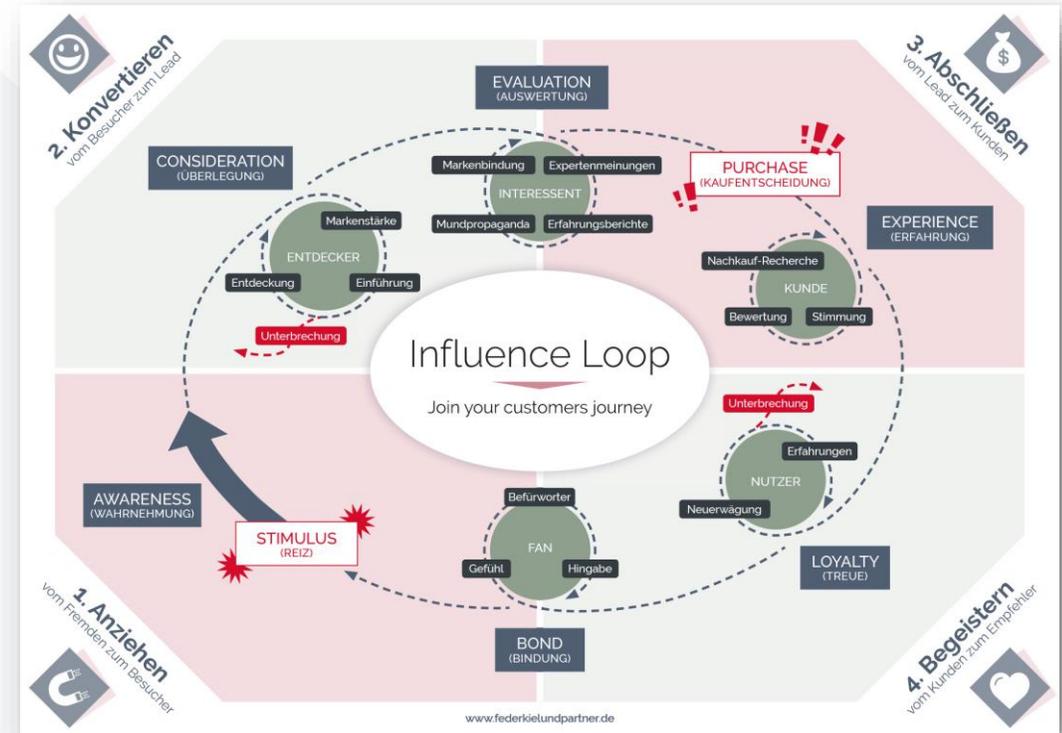
Beispiel mehrstufiger Anmeldeprozess

SÜDTIROL.INFO - Anmelde-Prozess DE 2

https://www.suedtirol.info/de Pool Südtirol
Formular: 15177684 (bzw. weitere Sprachen)

Optimierungsvorschläge Anmeldung über Popups:

- Fehlerhafte Darstellung im Formular: Noch mal prüfen ob alle Skalierungsstufen funktionieren.
- Bestätigungsseite sollte noch inhaltlich ergänzt werden und könnte ein bisschen lockerer formuliert sein.
- Z.B.: **Fest geschafft!** Wir senden Ihnen gerade eine E-Mail mit dem Aktivierungslink. **Bitte bestätigen Sie Ihre Anmeldung durch Klick auf diesen Link.** Nur so können wir Ihnen ein Stück Südtirol ins Postfach liefern. > Empfänger erklären was er tun muss. Er muss noch mal aktiv werden!
- DOI-Mailing ist OK, könnte aber visueller gestaltet sein. Trust durch Versender und großes Logo. Vielen Dank für die Anfrage könnte man noch ändern in Vielen Dank für Ihre Anmeldung zum XYZ-Newsletter. Mailing könnte bunter und ansprechender sein. (Bilder)
- Evtl. durch Online-Version ergänzen und Personalisierung einfügen
- Hinweis auf Abmeldemöglichkeit
- Buttons sind immer Orange, „hier“ ist jetzt grün. Evtl. auch in Orange?
- DOI-Link ggf. als CTA-Button?
- Evaluierung um Welcome-Mail-Prozess?
- DOI-Reminder – z. B. 3 Tage nach der Registrierung sofern das Profil noch unbestätigt ist?
- Impressum / Footer mit Kontakt-Möglichkeiten



Formular auf Website oder Popup, nur mit E-Mail (Website)

Bestätigungsseite, ggf. mit Promotion und Info zu DOI-Mail (Website)

Bestätigungsmail – DOI (Evalanche)

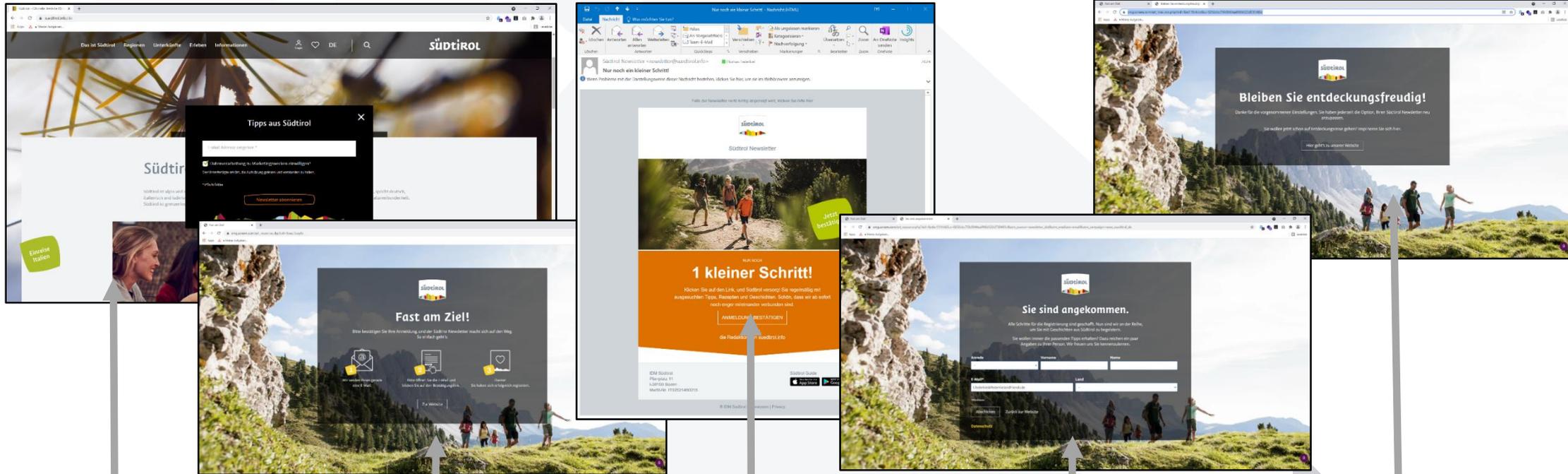
DOI-Danke-Seite mit Option das Profil zu erweitern mit Name, Anrede, Präferenzen. (Evalanche)

Danke-Seite nach erneuter Bestätigung (Landingpage / Website > ohne Anmeldeformulare)

Versand Welcome-Mail (Evalanche)

#3 Optimierte Prozesse / Der neue, mehrstufige Anmeldeprozess

... Optimiert wurde unter Anderem das Anmeldeformular, so wie der Prozess dahinter. Wir verwenden einen mehrstufigen Anmeldeprozess, um ein Optimum aus Datenknappheit und Information zu erreichen ...



Formular auf Website oder
Popup, nur mit E-Mail
(Website)

Bestätigungsseite, ggf. mit
Promotion und Info zu
DOI-Mail
(Website)

Bestätigungsmail – DOI
(Evalanche)

DOI-Danke-Seite mit
Option das Profil zu
erweitern mit Name,
Anrede, Präferenzen.
(Evalanche)

Danke-Seite nach erneuter
Bestätigung
(Evalanche > ohne
Anmeldeformulare)

Versand Welcome-
Mail
(Evalanche)

#4 Relevante Newsletter

Wie lässt sich mit einem Template die gewünschte Bandbreite relevanter Newsletter abbilden und der Leser binden?

#4 Relevante Newsletter / Beispiele

... Die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppen wurden im Workshop definiert. Nach Abstimmung mit allen Stakeholdern und Freigabe des Design-Departments wurden unterschiedliche Newsletter ausgearbeitet. Hier eine Auswahl ...

B2C Newsletter > 7 Sprachen

<https://news.suedtirol.info/a.php?sid=gqm7e.22fprbt,f=1>

<https://news.suedtirol.info/a.php?sid=gjz61.nkecoj,f=1>

<https://news.suedtirol.info/a.php?sid=ghlmb.51bqd9,f=1>

Qualitätsprodukte > 3 Sprachen

<https://news.suedtirol.info/a.php?sid=gljko.29kob43,f=1>

https://smg.scnem.com/art_resource.php?sid=gr5mr.1kg6c9j

https://smg.scnem.com/art_resource.php?sid=g8j40.1ph6oi7

B2B Newsletter > 2 Sprachen

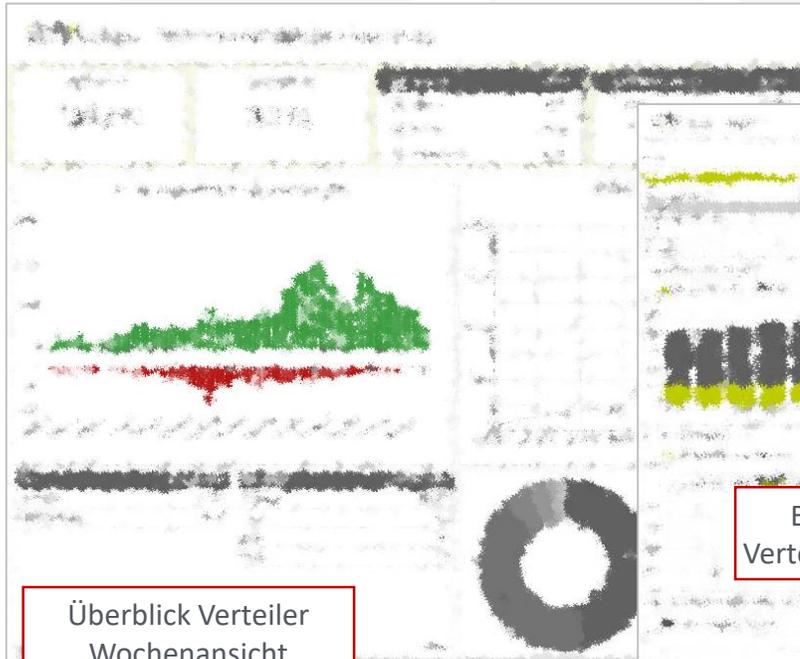
<https://news.suedtirol.info/a.php?sid=gjgcy.5tt6nn,f=1>

<https://news.suedtirol.info/a.php?sid=ghugx.1858m8a,f=1>

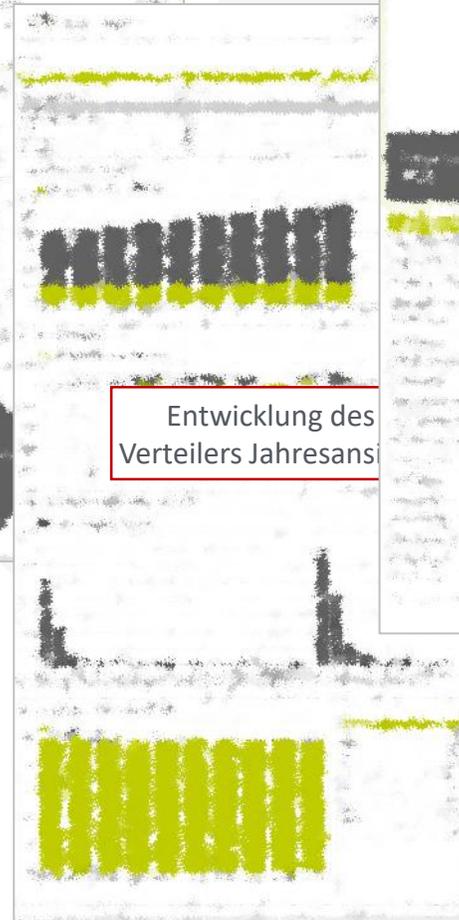
https://smg.scnem.com/art_resource.php?sid=glusb.c02q3i

#4 Relevante Newsletter / Auswertung & Optimierung

... Alle verfügbaren KPI's bis hin zu einzelnen Artikel-Kategorien werden ausgewertet. Auf dieser Basis erfolgt eine laufende Optimierung der Inhalte um die Relevanz der Inhalte zu sichern.



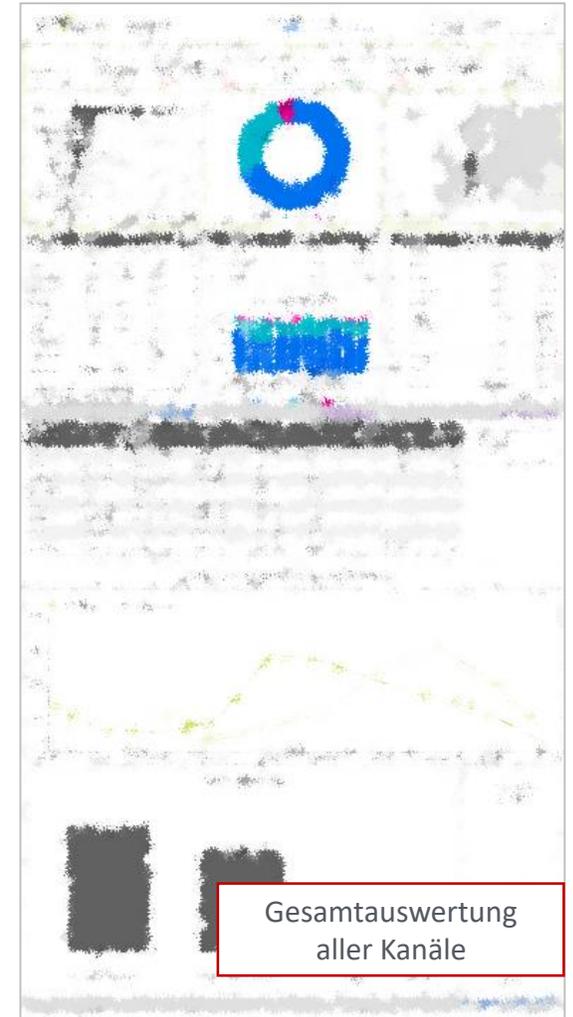
Überblick Verteiler
Wochenansicht



Entwicklung des
Verteilers Jahresans



Über Newsletter
generierte Anfragen



Gesamtauswertung
aller Kanäle

#5 ERFOLGE



#5 ERFOLGE

Folgende Ziele & Erfolge konnten erreicht werden:

#1 Lead Generierung

35 % aller neuen Newsletter-Abonnenten konnten 2022 über den neuen Lead-Prozess aus Social Media Kanälen gewonnen werden. 60 % über die Websites und Landingpages.

Der Rest aus anderen Kanälen.

#2 Effiziente Redaktion

Durch die neuen multivarianten globalen Templates und den Aufbau eines optimierten Erstellungsprozesses nach den Bedürfnissen der Redakteure, konnten ca. 20 % Zeit und Kosten eingespart werden. Schnellere Prozesse, weniger Fehler, höhere Sicherheit.

#3 Optimierte Prozesse

Mit den neuen globalen Webformularen und dem neuen mehrstufigen Anmelde-Prozess mit klaren Schritt für Schrittanweisungen, konnte die Opt-In Quote um 15 % gesteigert werden. (ca. 70 % auf 85 %). Ebenfalls anhaltende Steigerung der neuen Abonnenten. Die letzten zwei Jahre jeweils

Verdopplung* der Abonnentenzahl.

** Konkrete Zahlen dürfen wir hier nicht nennen. Wir bewegen uns hier aber auf einem 6-stelligen Niveau.*

#4 Relevante Newsletter

Durch laufende Analysen bis hinunter zu den Artikel-Kategorien, konnte die Relevanz der Newsletter für die Empfänger gesteigert werden. Die Öffnungs- und Klickraten konnten nach dem Peak während der Lockdowns* auf einem sehr guten Niveau stabilisiert werden.

** Während Corona und der Lockdowns erreichten die Öffnungs- und Klickraten der Newsletter nie dagewesene Werte. Wir führen dies auf das „Fernweh“ zurück.*

**Vielen Dank!
Was dürfen wir
für Sie tun?**

Thomas Federkiel
Geschäftsführer / CEO
Federkiel & Friends
Salzburger Straße 13
D-83071 Stephanskirchen
Tel.: +49 80312765-15