

DER TEUFEL ADVENTS KALENDER

GEWINNE SOUNDSTARKE KLASSIKER
UND NEUHEITEN!



Der Adventskalender als erfolgreiches Tool
zur Leadgenerierung und Kundenbindung





TEUFEL UND DER ADVENTSKALENDER

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

2 March 10, 2019



Über Lautsprecher Teufel & den Adventskalender

- Gründung 1979 in Berlin, Teufel wurde durch den Direktvertrieb von Lautsprecher-Bausätzen und Komponenten bekannt.
- 1988 folgte auf den großen Erfolg der Bausätze der Verkauf von Fertiglautsprechern. Der Fokus lag klar auf der Produktkategorie Heimkino und Hifi-Stereoanlagen.
- Teufel erweitert stetig sein Produktportfolio und bleibt so nah am Puls der Zeit.
- Durch das Beibehalten der Direktvertriebstrategie bleibt der enge Kundenkontakt bestehen, was sich auch im Newsletter widerspiegelt.
- Für den Newsletter entstehen durch die direkte Kundenkommunikation vielseitige Herausforderungen im Hinblick auf Zielgruppen, Informationsgehalt der Mailings, aber auch die Überbrückung der Zeit zwischen Käufen, welche stark durch die Produktkategorien hindurch variiert.
- Der Adventskalender hat mittlerweile Tradition und bringt alle Fans zusammen – egal ob Neukunden, langjährige Kunden, Portable-Interessierte oder Hifi-Spezialisten. Sozusagen ein Musik-Melting-Pot, der die Liebe zur Musik feiert.
- Neuerungen in 2018:
 - WhatsApp wurde als neuer Kommunikationskanal eingeführt. Vor allem für die jüngere Zielgruppe, aber auch als Alternative, welche schnell und direkt kommuniziert (auch interessant für wegbrechende Newsletter-Abonnenten)
 - An jedem Adventssonntag konnten die Teilnehmer ihre Gewinnchancen verdoppeln, da als Ergänzung zum Newsletter-Gewinnspiel jeden Sonntag das selbe Teufel-Produkt zusätzlich über WhatsApp verlost wurde.



Zielgruppen

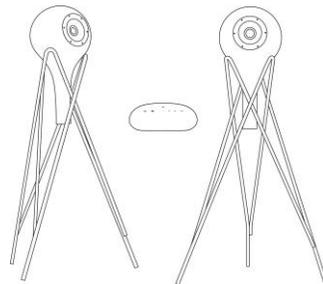
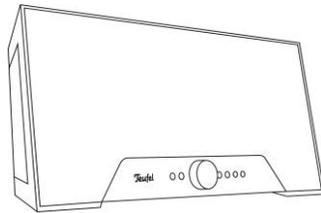
Die Elaborierten



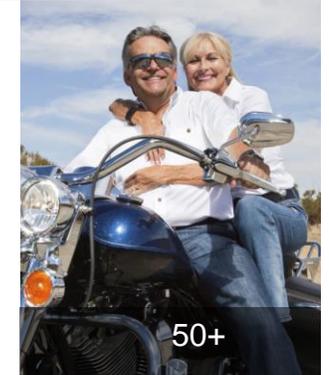
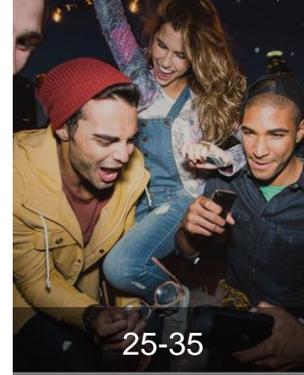
Musik im Hintergrund als ständiger Begleiter

Legt Wert auf Klang, aber auch Funktionalität

Höchster Hifi-Standard wird erwartet



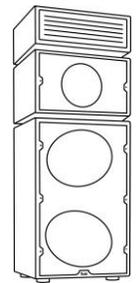
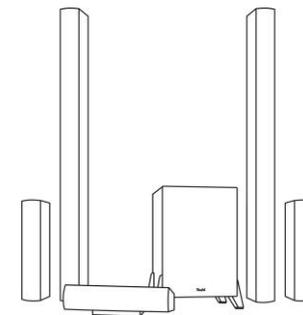
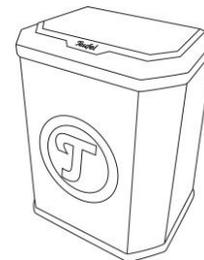
Die Enthusiasten



Immer & überall Musik hören – Hauptsache Power

Funktionale Soundsysteme & Hintergrundmusik

5.1 System – Je auffälliger desto besser, & Hintergrundmusik



Das Ziel des Adventskalenders



- Neue Newsletter-Abonnenten generieren (E-Mail-Newsletter & WhatsApp)
- Nutzung der 24-tägigen Phase, um Vorteile des Newsletter-Abos zu unterstreichen
- Mehrwert des Newsletters aufzeigen und persönliche, emotionale und vor allem Teufel typische Bindung zu neuen Abonnenten aufbauen (Leads werden zu Teufel Fans)



- Bekanntheitsgrad von Teufel im Allgemeinen, aber auch des Newsletters steigern, da die Bewerbung auch außerhalb des Teufel Universums stattfindet
- Zielgruppenausweitung und Ansprache von Soundinteressierten, die Teufel noch nicht kennen
- Ansprache von Teufel Fans, die den Newsletter nicht kennen oder bisher nicht abonniert haben



- Newsletterinteresse sinkt durch lange Ruhephasen zwischen Wiederkäufen, durch den Adventskalender kann dies wieder aktiviert und ggf. ein erneuter Kauf generiert werden.
- Inaktive, die die Mails noch erhalten, aber nicht öffnen, werden zum Öffnen animiert
- Kontakte, die die Mails nicht mehr aktiv erhalten und somit als wegbrechend gewertet werden, geben aktiv wieder ein Einverständnis



- Wird über die verschiedenen Marketingkanäle, wie z.B. Social Media & Blog, aber auch Ads gespielt
- Alle Alters- und Interessensgruppen werden so einbezogen
- Je nach Kommunikationsweg wird die Ansprache angepasst & somit segmentgerecht einbezogen.

Produktauswahl des Adventskalenders



Zielgruppenansprache:

Die Produktauswahl variiert über alle Produktkategorien hinweg, um alle Zielgruppen gleichermaßen anzusprechen.

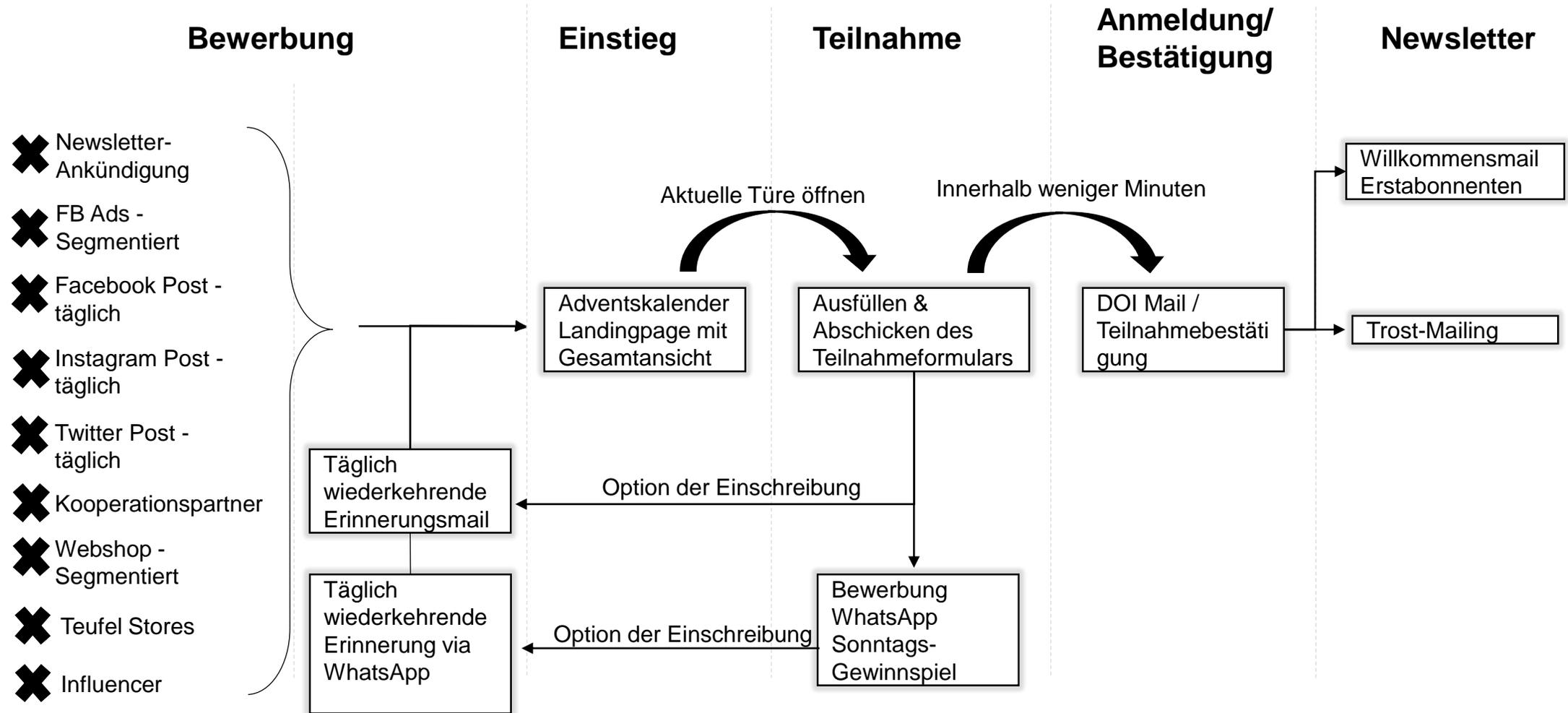
Bekanntheit steigern:

Zusammenarbeit mit Partnern, um Zielgruppenausweitung in ähnlichen Kategorien (z.B. Filme – DVDs/Kino oder Lifestyle – Europcar Gutschein/Höfats Beer Box) zu erreichen, aber auch, um neben der Liebe zum Sound noch zielgruppenspezifische Merkmale mit einzubinden. Darstellung des Produktportfolios für alle, die Teufel noch nicht kennen bzw. bisher nur das klassische Heimkino-Portfolio.

Leadgenerierung/Reaktivierung:

Durch die Einbindung von Produktneuheiten, insbesondere von Produkten, die noch nicht auf dem Markt sind, erregt man Aufmerksamkeit und weckt das Interesse, sowohl bei Soundinteressierten, die die Marke Teufel noch nicht gut kennen, als auch bei Bestandskunden.

Funktionalität & Ablauf



Funktionalität & Ablauf

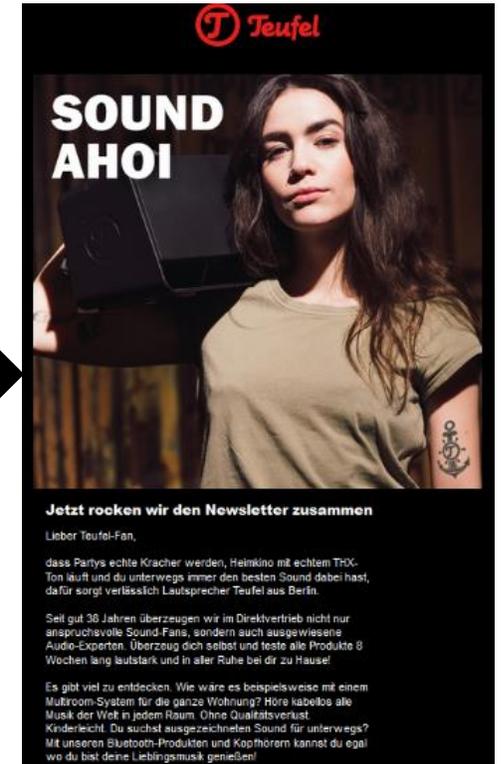


Aktuelles Tagestürchen auswählen, Details zum Gewinn einsehen und über Ausfüllen eines Teilnahmeformulars am Gewinnspiel teilnehmen.



Durch rechtliche Rahmenbedingungen ist das Gewinnspiel für Newsletter-Abonnenten bestimmt. Daher erhalten Erstabonnenten zunächst eine DOI-Mail, welche für die endgültige Teilnahme bestätigt werden muss. Wer bereits Abonnent ist, erhält eine Teilnahmebestätigung, diese dient auch als Rückversicherung für die Teilnehmer.

O
D
E
R



Nach der Bestätigung der DOI-Mail erhalten Erstabonnenten eine separate Willkommensmail, welche unabhängig vom Adventskalender gestaltet ist, um den Erhalt des wöchentlichen Newsletters zu bestätigen.



DER TEUFEL ADVENTS KALENDER

GEWINNE SOUNDSTARKE KLASSIKER
UND NEUHEITEN!



MEDIENEINSATZ

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

9 March 10, 2019



WhatsApp

Ankündigung



24 Tage, 24 Gewinne!

Tradition ist Tradition. Auch in diesem Jahr veranstaltet Teufel seinen Adventskalender. Ab heute bis Heiligabend verstecken wir hinter jedem Türchen soundstarke Klassiker, viele unserer Neuheiten, wie auch tolle Preise unserer Partner. Also klick dich rein!

Unser Tipp: Wer täglich teilnimmt, erhöht seine Chance auf soundstarke Teufel Gewinne.

Damit du kein Türchen verpasst, kannst du dich übrigens für unseren **Erinnerungsservice** eintragen! Schicke uns dafür einfach das Stichwort KATEGORIE, folge dem Link und wähle das Feld "Erinnerung Adventskalender". Du kannst dein Profil selbstverständlich jeder Zeit an deine Interessen anpassen.

Hier geht's zum Adventskalender <http://bit.ly/011218-Advent18>
Viel Glück!

08:00

Erinnerung



Heute schon ein Türchen geöffnet?

Mach jetzt mit, öffne das heutige Türchen und sichere dir deine Chance auf unseren Tagesgewinn!!

<https://www.wbca.st/WXNDIKw>

Viel Glück!

08:59

Adventssonntag



Wir feiern den 3. Advent!

Zur Feier des Tages verlosen wir heute unter allen WhatsApp News Lesern einen tollen Gewinn: die **CINEBAR PRO**!

Du willst mitmachen? Dann schick uns bis heute Abend um 23:59 Uhr das Stichwort **Adventssonntag** hier im Chat zu und sichere dir deine Chance auf ausgezeichneten Teufel Sound!

Mit dem Senden des Stichwortes stimmst du unseren Teilnahmebedingungen zu. Hier findest du die **Teilnahmebedingungen** zum Gewinnspiel: <https://www.wbca.st/k2OÄolw1109x>

Wir drücken dir die Daumen und wünschen dir und deinen Lieben einen schönen dritten Advent!

Dein Teufel Team

07:00

Chatbots



- **Ankündigung:** an den gesamten WhatsApp-News-Verteiler mit Möglichkeit sich für den Erinnerungsservice einzutragen (Auswahlfeld im Profil)
- **Erinnerungsmail:** analog zum Newsletter täglich um 8 Uhr morgens mit der grafischen Andeutung des Tagesgewinns
- **Adventssonntag:** Verdoppelung der Gewinnchancen (durch das Senden des Stichwortes „Adventssonntag“ konnte am Gewinnspiel teilgenommen werden)
- **Chatbot:** Stichwort „Adventssonntag“ sendete sonntags eine Teilnahmebestätigung inklusive der Teilnahmebedingungen, an allen weiteren Tagen einen Hinweis, dass das Gewinnspiel beendet ist und der Gewinner bzw. Gewinnstatus unter teufel.de/gewinner eingesehen werden kann (Vermeidung von Chatanfragen), Stichwort „Gewinnspiel“ weist auf aktuell laufende Gewinnspiele hin. Findet keines statt, wird dies auch so kommuniziert.

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]



Teufel Intern – Webshop & Stores

Screens in den Stores



Flyer in den Stores



- Verschiedene Touchpoints innerhalb des Teufel Universums, wie zum Beispiel via Flyer in den Stores oder Bannern im Blog
- Inklusive mobiler Optimierung
- Inklusive QR-Code und URL, um Verbindung von Offline-Medium zu Online-Medium zu schaffen
- Gezielte Ansprache an Teufel Fans um „Fan-Sein“ zu feiern
- Bekanntheit des Newsletters steigern und dessen Vorteile unter den Teufel Fans verbreiten

Leadgenerierung möglicher treuer Fans

Leadgenerierung von Neukunden

Reaktivierung von Bestandskunden

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

12 March 10, 2019



Social Media – Facebook Ads

Teufel Fans



Teufel öffnet auch heute wieder ein Türchen für dich! Mach mit und sichere dir soundstarke Klassiker und Neuheiten!



TEUFEL.DE
Der Teufel
Adventskalender

LEARN MORE



Soundinteressierte



Du bist ein echter Fan von gutem Sound? Dann mach mit beim Teufel Adventskalender und freu dich auf soundstarke Audio-Gewinne!



TEUFEL.DE
Der Teufel
Adventskalender

LEARN MORE



Mobile Öffner



Du bist ein echter Fan von gutem Sound? Dann mach mit beim Teufel Adventsgewinnspiel über unsere WhatsApp News!



TEUFEL.DE
Teufel
Adventsgewinnspiel

LEARN MORE



- 10 verschiedene Segmente (Neuheiten-Interessierte, Teufel Fans, Lookalikes etc.)
- Textliche & grafische Anpassung, um Zielgruppe bestmöglich anzusprechen
- Angepasste Ausspielzeiten, z.B. Mobile Öffner nur am Wochenende, da WhatsApp Gewinnspiel nur an Sonntagen
- Individuelles Tracking, um erfolgreiche Ads besonders pushen zu können

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

13 March 10, 2019



Social Media – Social Media

Facebook

 **Lautsprecher Teufel (DE, AT, CH, ...)**
Published by FL Cloud III [?] · 17 December 2018 · 🌐

Er gehört zu den stärksten, mobilen Bluetooth-Speakern überhaupt, der ROCKSTER! Jetzt habt ihr die einmalige Chance ihn zu gewinnen. Öffnet einfach das heutige #Adventskalender-Türchen und macht mit: <http://bit.ly/2TZ3dRI> Viel Glück! #machlaut #Gewinnspiel



ROCKSTER

48,434 People reached 4,281 Engagements Boost Unavailable

👍❤️👎 479 87 Comments 13 shares

Twitter

 **Lautsprecher Teufel** @TeufelAudio · 22. Dez. 2018

Nur noch einmal schlafen, dann ist Heiligabend! Wir machen heute schon die Bescherung, denn exklusiv unter allen #Adventskalender-Teilnehmern verlosen wir die neue Ultima 40 Aktiv: bit.ly/2RqUMNa Viel Glück! #machlaut #Gewinnspiel



ULTIMA 40 AKTIV

23

Insta Story



teufelaudio  [Folgen](#)  ...

534 Beiträge 39,3k Abonnenten 292 abonniert

Lautsprecher Teufel
Sound made in Berlin for over 39 years. Tag your pictures with #machlaut #teufelaudio to get featured.
bit.ly/2FVF81

Abonniert von wecki_li, mellamiststueck und chani200789

- Täglich Ankündigung des jeweiligen Gewinns inklusive Verlinkung über Facebook, Twitter und Insta-Story
- Breite Zielgruppenansprache → Facebook erreicht viele Altersgruppen, Insta Story für die eher jüngere Generation

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

14 March 10, 2019

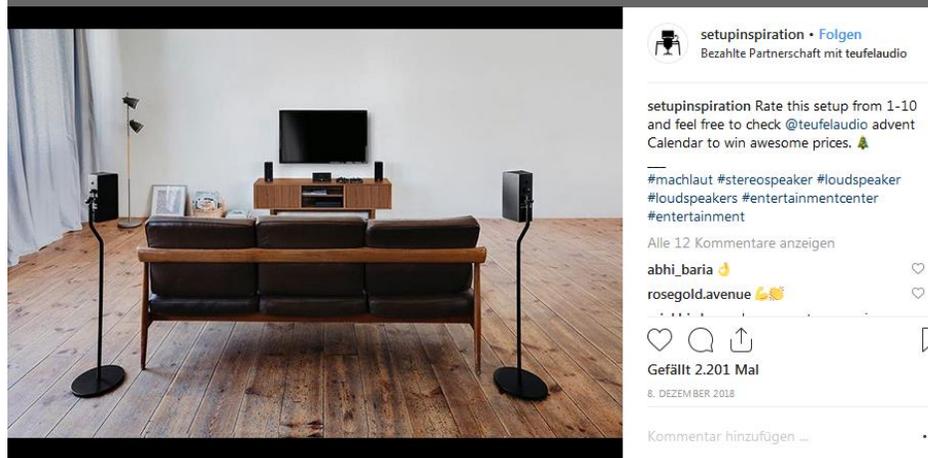


Social Media – Influencer

ONE S & _yelizkoc_



CUBYCON & setupinspiration



Radio 3sixty & kategelinsky



- Gewinne wurden am entsprechenden Gewinnspieltag durch Influencer beworben
- Ansprache von verschiedenen Zielgruppen, welche den Unseren entsprechen
- Ausweitung der Zielgruppen in Richtung Lifestyle & jüngere Generation
- Bewerbung auch via Lifestyle Thematik, was über Sound hinausgeht
- Reichweite von **3,85 Mio. Abonnenten** über Influencer

teufel.de

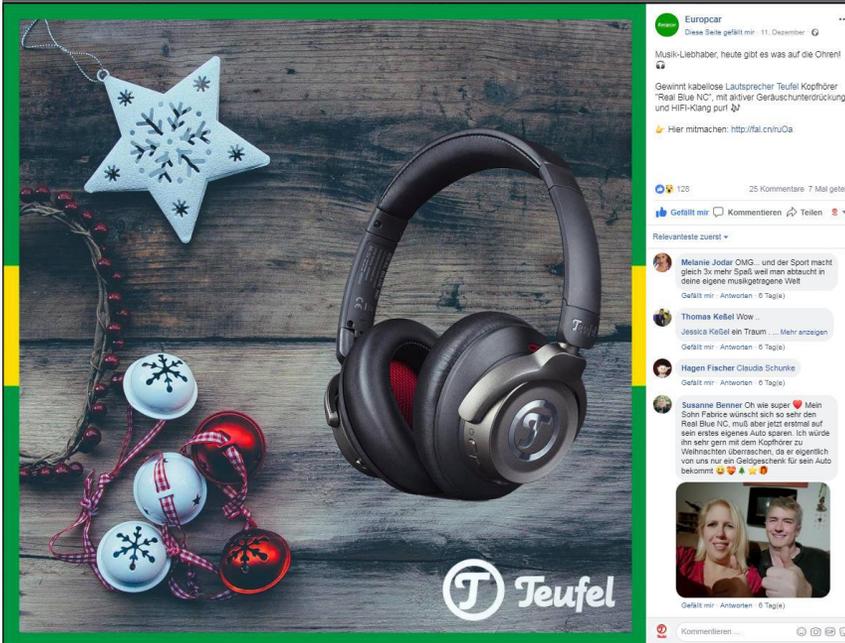
[Der Teufel Adventskalender]

15 March 10, 2019



Partner

Europcar



The image shows a Facebook post from the page 'Europcar'. The main image is a pair of black Teufel headphones with red accents, set against a dark wooden background decorated with a white star ornament and red and white Christmas baubles. The Teufel logo is visible in the bottom right corner of the image. To the right of the image is the Facebook post interface, showing the post text, engagement metrics (125 likes, 25 comments, 7 shares), and several user comments. The comments are in German and express excitement about the chance to win the headphones. A small photo of a smiling couple is also visible at the bottom of the comments section.

nu3



The image shows an Instagram post from the account 'nu3_de'. The main image is a pair of white Teufel headphones hanging from a string, with a black Teufel tag and a red tag featuring a white face icon. The background is decorated with gold snowflake ornaments. The Instagram post interface is visible on the right, showing the post text, engagement metrics (870 likes), and the date '6. DEZEMBER'. The post includes a call to action to follow the account and link friends to participate in a contest. A hashtag '#NU3WEIHNACHTEN' is visible in the bottom left corner of the image.

- Gegenseitige Bewerbung von Partnern an entsprechenden Tagen, zum Beispiel via Facebook und Insta-Story
- Zielgruppenerweiterung & Leadgenerierung durch Bekanntheitssteigerung

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

16 March 10, 2019





ERFOLG DER KAMPAGNE

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

17 March 10, 2019



Erfolgskennzahlen - Newsletter



DOI Mail / Anmeldung bestätigen

Öffnung: 84%
Klicks: 82%



Teilnahmebestätigung, bei bestehenden Newsletter-Abo

Öffnung: 47%
Klicks: 3%



Willkommens-Mail Newsletter-Verteiler (ohne Incentive)

Öffnung: 50%
Klicks: 6%



Erinnerungs-Mail Adventskalender Türchen

Öffnung: 62%
Klicks: 48%

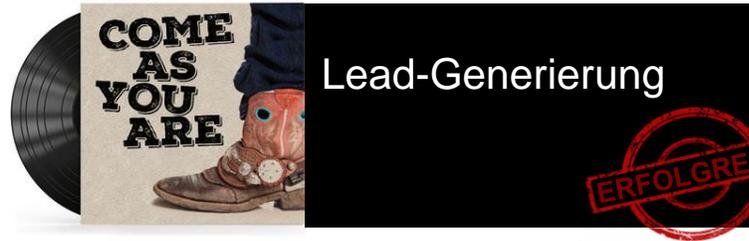


Trostmailing

Öffnung: 50%
Klicks: 9%



Erfolgskennzahlen - Zielerreichung



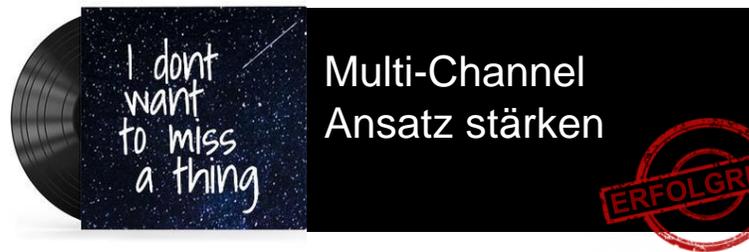
- Teilnehmer unique: **+26% PY**
- Erstregistrierungen: **+13% PY**
- Abmeldungen Teilnehmer bis dato: **< 20%**
- WhatsApp-Abonnenten: **+382% PY**



- Klicks via Facebook Ads: **+50% PY**
- Lookalikes und Lifestyle Ads (keine Teufel Fans) haben um ein Vielfaches besser performed als Ads gerichtet an Teufel Fans & Kunden (im Schnitt **8 mal so gut**)
- **21 Influencer in 7 Kategorien** (Lifestyle, Music, Interior, Travel, etc.) haben mit einer Reichweite von **3,85 Mio.** Zielgruppenausweitung vorangetrieben
- Ausgezeichnetes Feedback von Kunden → Weiterempfehlung und WOM (Word of Mouth)
- Bekanntheit des Adventskalenders hoch → Suchanfragen gingen bereits einige Tage vor Start ein, weswegen Landingpage mit Erinnerungsfunktion bereits frühzeitig live gestellt wurde.



- Insgesamt konnten **5,9%** der wegbrechenden Kontakte wieder reaktiviert werden



- Ausspielung der Kampagne über alle Kanäle erfolgreich
- Alle Zielgruppen sind auf kanalbezogene Ansprache eingegangen und wurden somit erfolgreich erreicht → Alle Zielgruppen waren wie geplant vertreten
- Insbesondere der hohe Anstieg an WhatsApp News Abonnenten zeigt, dass Funktionsweise des Kalenders und der Erinnerung Hand in Hand gehen und sehr gut von Kunden angenommen wurde
- Wurden von White Label Affiliate Partner unter die Top 20 der schönsten Online-Adventskalender 2018 gewählt

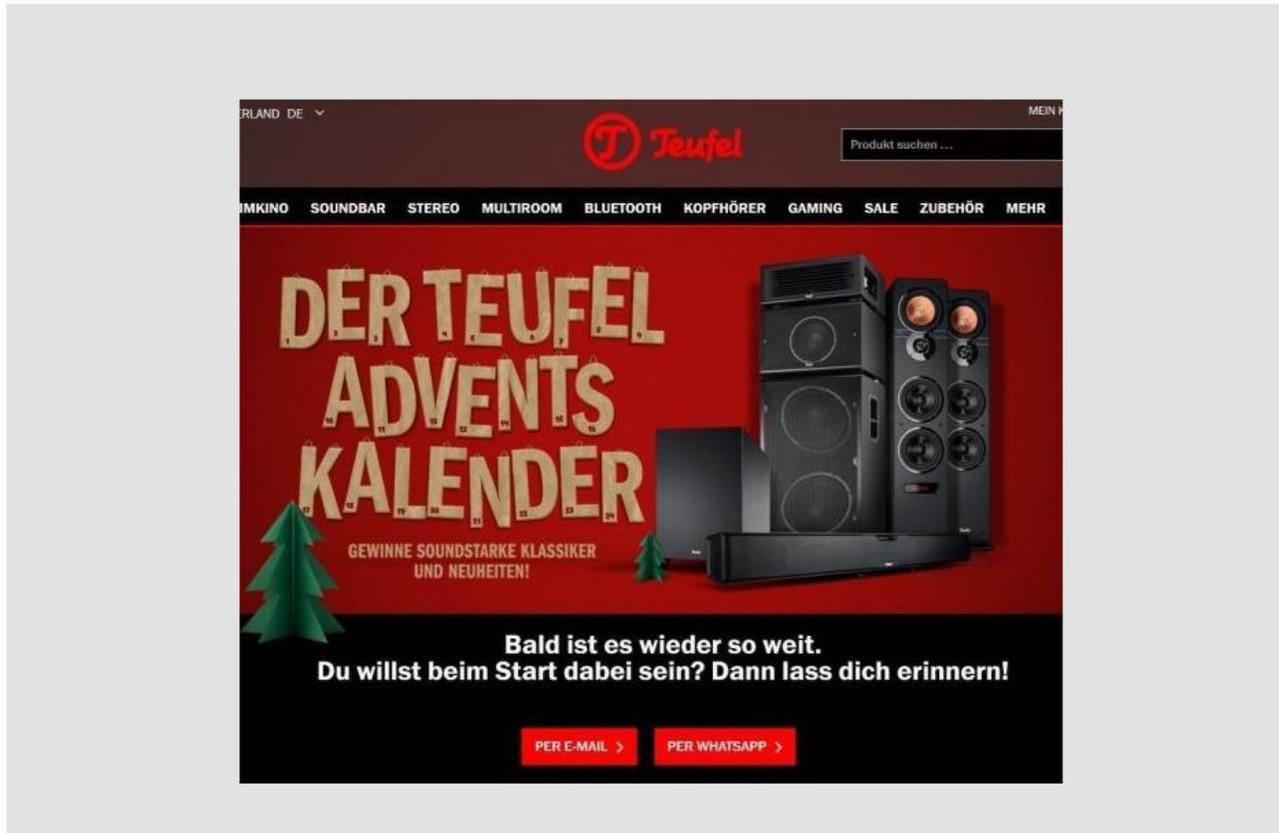
Top 20 der schönsten Online-Adventskalender 2018

Online Marketing 29.11.2018, 11:19 Uhr

Die schönsten Online-Adventskalender 2018

< 1 ... 7 **8** 9 ... 21 >

> ZURÜCK ZUR ÜBERSICHT



Voted by: internetworld.de

Date: 29.11.2018

Link:

<https://www.internetworld.de/online-marketing/schoensten-online-adventskalender-2018-1627294.html?seite=7>

teufel.de

[Der Teufel Adventskalender]

20 March 10, 2019



Disclaimer

The Documentation, all information contained therein, and any information with which Recipient may need to be furnished in the future (collectively „Information“) are strictly confidential, regardless of whether the Information is disseminated by Berlin Acoustics Group, Lautsprecher Teufel GmbH, Berlin Acoustics Corporation, the Partner, a representative of the Partner in writing, orally or in alternative form. The direct or indirect dissemination of Information to any third party is expressly forbidden, save to advisers bound to maintain professional confidentiality. Should such advisers require to be furnished with Information, they too shall be bound by the provisions regulated herein. In such case, Recipient shall be required to instruct said advisors about the provisions regulated herein.

The Documentation and all data contained therein are intended solely for informational purpose and may be used by Recipient for this purpose alone. In particular, the Documentation is not intended for public dissemination.

The Documentation remains the property of Berlin Acoustics Group and shall be returned immediately upon request. Recipient shall be required to destroy any copies of, or materials derived from, the Documentation following return of the originals.

