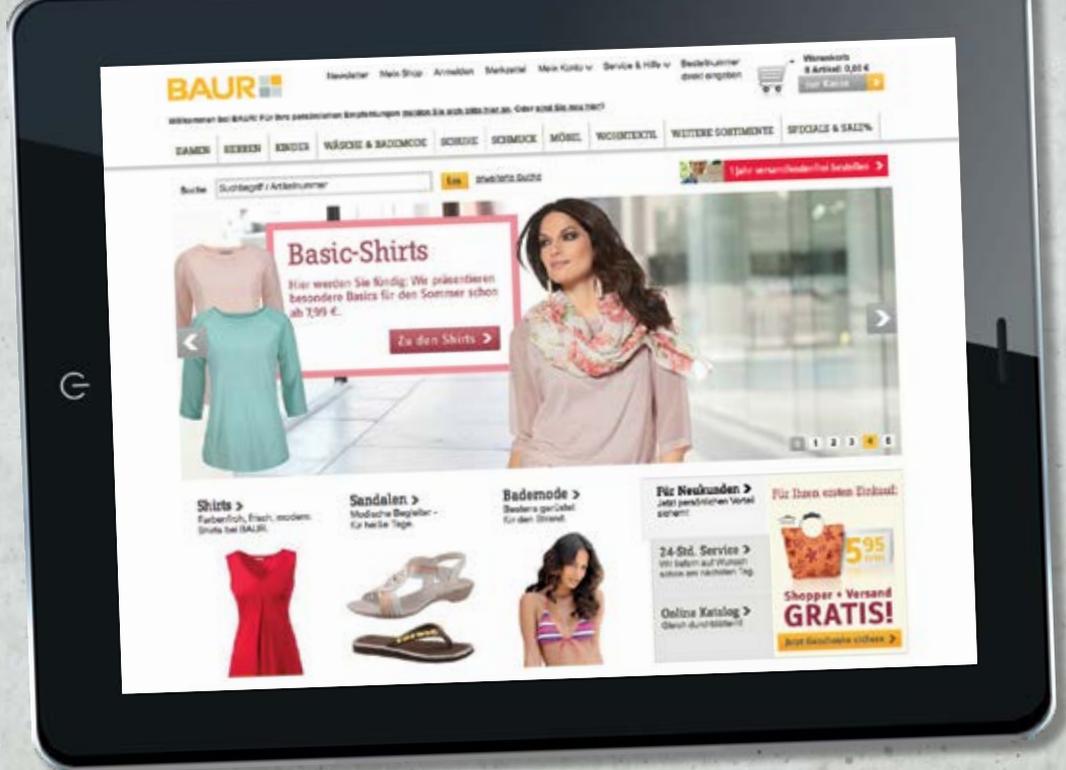


BAUR



Case Study

Marketing-Konzept für die Generierung von Warenkörben im Online-Shop des BAUR Versands

Die direct interactive wurde beauftragt, den BAUR Versand bei seinen monatlichen E-Mail-Marketing-Aktivitäten auf E-Mail-Listen zu unterstützen. Zielsetzung dabei ist die Generierung von Warenkörben und Bestellungen im fünfstelligen Bereich für den Online-Shop www.baur.de.

Der BAUR Versand – die Kernmarke der BAUR Gruppe – hat sich in den letzten Jahren zu einem der führenden E-Commerce Shops in Deutschland entwickelt und gilt mit seinen Schwerpunktsortimenten Damenoberbekleidung, Schuhe und Möbel als fokussierter Versandhändler. Seine Marketing-Aktivitäten richtet BAUR konsequent auf die Kernzielgruppe der etablierten Frau zwischen 40 und 55 Jahren aus. In der erfolgreichen Selektion dieser Zielgruppe sowie dem sehr intensiven Wettbewerbsumfeld liegen die größten Herausforderungen bei dem Versuch, die E-Commerce-Absätze weiter auszubauen.

Auf einen Blick

Kunde

- Baur Versand GmbH & Co. KG

Kanal

- baur.de

Key Facts

- Monatliche, abverkaufsorientierte Kampagnen im E-Mail Marketing auf E-Mail-Listen außerhalb des BAUR-Netzwerks
- Gezieltes Targeting auf die Zielgruppe des BAUR Versands unter Verwendung von mehreren Dutzend zielgruppenaffinen Adresslisten
- Fortlaufende Kampagnenoptimierung

direct interactive

Ein BurdaDirect Unternehmen

„Mit der direct interactive haben wir einen kompetenten und zuverlässigen Partner gefunden, der uns monatlich mit einer vierstelligen Anzahl von abgeschlossenen Bestellungen dabei unterstützt, unseren E-Commerce-Absatz unter www.baur.de weiter auszubauen.“

Armin Philipp, Abteilungsleiter Kundenmanagement, BAUR

Concept

Die direct interactive übernimmt monatlich alle notwendigen Arbeitsschritte zur erfolgreichen Durchführung einer E-Mail-Marketing-Kampagne und bindet hierbei regelmäßig wechselnde Werbemittel des BAUR Versands mit ein.

Der Mediaplan und die Selektion der relevanten Listen erfolgt monatlich neu unter strenger Berücksichtigung der von BAUR gestellten Vorgaben bezüglich ihrer Zielgruppe. Darüber hinaus sorgt die direct interactive durch kontinuierliches Kampagnenmanagement – inklusive laufender Kampagnenoptimierung – für minimale Streuverluste und eine dadurch bestmögliche Performance.

„Wir sind froh, den BAUR Versand als Kunden gewonnen zu haben, und ihn bei seinen E-Commerce-Aktivitäten unterstützen zu können. Das Spannende für die direct interactive ist vor allem das konsequente Targeting auf die BAUR-Zielgruppe sowie die monatliche Aussteuerung der Kampagne“, beschreibt Manfred Ruf, Leiter der direct interactive, den Stellenwert und die Herausforderungen der Kampagne.

Output

Dem BAUR Versand gelang es im Jahr 2014 – durch die Unterstützung der direct interactive im E-Mail Marketing – monatlich zusätzliche Bestellungen in vierstelliger Anzahl in seinem Online-Shop zu generieren.

Durch kontinuierliche Kampagnenoptimierung konnte diese monatliche Bestellmenge im ersten Halbjahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr weiter signifikant gesteigert werden. Dabei zeigte sich, dass der Erfolg einer Kampagne nicht allein von einem überzeugenden Incentive, sondern auch von der Gestaltung des Mediaplans und der Selektion relevanter Adressen abhängig ist.



direct interactive

Burda Direct interactive GmbH

Marlener Straße 4

77656 Offenburg

T. +49 89 9250 2242

kontakt@directinteractive.de

www.directinteractive.de