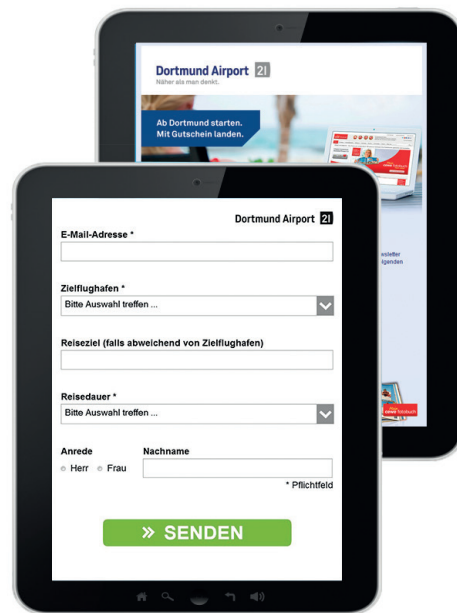


Zurück in den Urlaub: Wie der Dortmund Airport Reisenden den Urlaub verlängert, dabei E-Mail-Adressen sammelt und Öffnungsraten erhöht!

Mit jährlich knapp zwei Millionen Passagieren und vielen spannenden Zielen in Europa gehört der Dortmund Airport (DTM) zu den wichtigsten regionalen Verkehrsflughäfen in Deutschland. In Nordrhein-Westfalen liegt die Startbahn Ruhrgebiet aktuell hinter Düsseldorf, Köln/Bonn und Weeze auf Rang 4. Bereits seit mehreren Jahren setzt der Airport zur Information und Bindung von Kunden auf professionelles E-Mail Marketing.

Dortmund Airport 21

Näher als man denkt.



Aufgabenstellung

In unterschiedlichen Formaten informiert der Airport End- und Geschäftskunden ebenso maßgeschneidert wie Reisebüros und Expedienten. Zur Erhöhung der Reichweite und dem kontinuierlichen Ausbau des Verteilers werden regelmäßige Kampagnen in elektronischen Medien genutzt. Zudem wurde nach Ideen gesucht, offline die im und am Flughafen vorhandenen Adresspotenziale effektiv zu erschließen und gleichzeitig die Öffnungsrate des Newsletters zu verbessern.

Die Lösung

rabbit eMarketing konzipierte entsprechend der Anforderungen des Dortmund Airport eine Kampagne, die zwei Ziele verfolgte: Erstens sollten Reisende ohne Newsletter-Abonnement direkt nach ihrem Check-in unmittelbar vor Reiseantritt auf sympathische Art und Weise für die Newsletter-Anmeldung begeistert werden. Zweitens sollte durch die persönliche Ansprache eine Erhöhung der Öffnungsraten erreicht werden.

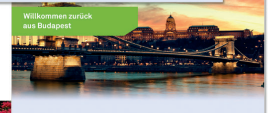
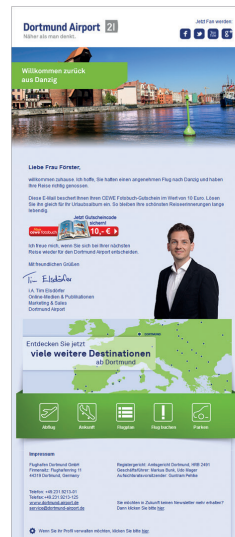
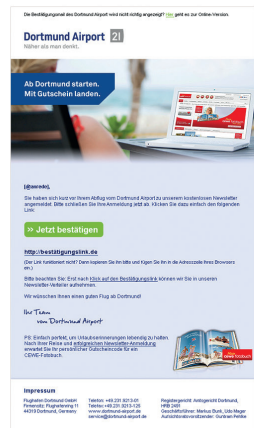
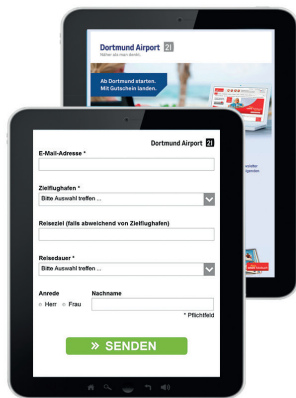


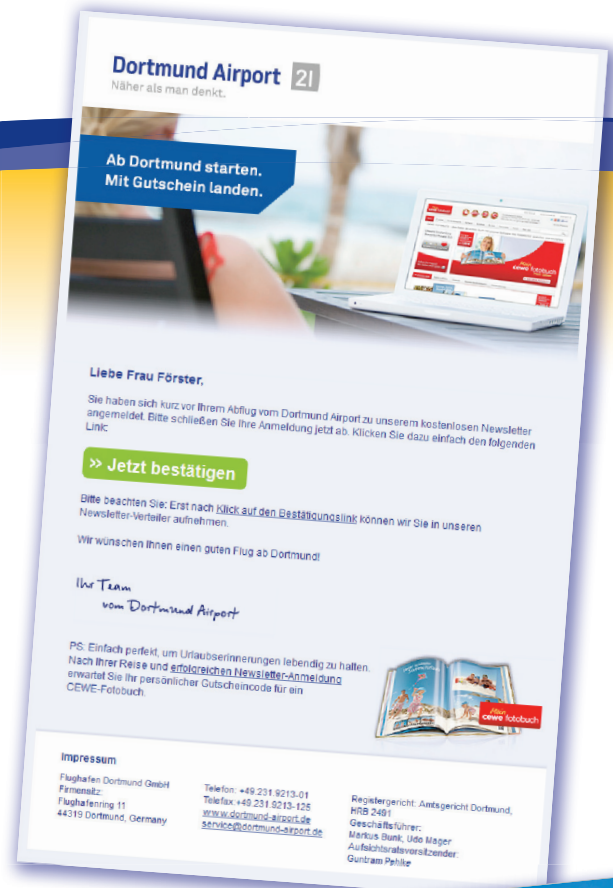
Zur Adressgenerierung unter den abflugbereiten Urlaubern wurden zwei mit einem Bord-Trolley und iPads mit Internetverbindung ausgestattete Promoterinnen eine Woche lang in den Sommerferien sowie zum Start der Herbstferien eingesetzt. Im Abflugbereich sprachen sie Wartende gezielt an und erfassten von Newsletter-Interessenten auf ihren iPads E-Mail-Adressen, Zielflughafen, und Reisedauer. Die Angabe dieser Daten war für den weiteren Kampagnen-Ablauf notwendig, sodass es sich bei allen abgefragten Daten um Pflichtangaben handelte.

Im Sinne der Datensparsamkeit war die zusätzliche Angabe von Reiseziel, Anrede und Nachname nicht verpflichtend. Als Incentive für das Abonnement des Newsletters wurde jedem Neuanmelder ein 10-Euro-Gutschein für ein CEWE-Color-Fotobuch versprochen. Unmittelbar nach der Datenerfassung wurden die Daten via Internet abgeschickt und sofort eine grafisch gestaltete Bestätigungsmail mit dem Slogan „Ab Dortmund starten. Mit Gutschein landen.“ an die Inhaber der E-Mail-Adresse ausgelöst.

Neuanmelder, die ihr Abonnement noch vor Abflug beziehungsweise während ihres Urlaubs bestätigt hatten, wurden direkt in den Newsletterverteiler übernommen. Zudem erhielten sie unmittelbar nach ihrer Rückkehr aus dem Urlaub (auf Basis der angegebenen Reisedauer) eine bildpersonalisierte Begrüßungsmail (z.B. „Willkommen zurück aus Budapest“ oder „Willkommen zurück aus London“ mit jeweils passendem Bild). In dieser E-Mail war auch der Link zum CEWE-Color-Fotobuch-Gutschein enthalten. Auf diese Weise konnten alle bestätigten Ne abonnten unmittelbar nach der Rückkehr ihren Urlaub mit einem persönlichen Fotobuch „verlängern“.

Newsletter-Interessenten, die ihr Abonnement zum Zeitpunkt der Rückkehr aus dem Urlaub noch nicht bestätigt hatten, wurden durch einen Flyer, den sie von den Promoterinnen am Flughafen erhalten hatten, auch nach dem Urlaub noch einmal daran erinnert, ihr News-





letter-Abonnement zu bestätigen und sich so ihren Gutschein für ein CEWE-Color-Fotobuch zu sichern. Sie erhielten die gleiche Begrüßungsmail unmittelbar nach Bestätigung ihres Abonnements.

Bei zu diesem Zeitpunkt 37 Reisezielen ab Dortmund wurden zur Personalisierung der Begrüßungsmail konsequent 37 unterschiedliche Headerbild-Varianten erstellt. Diese wurden dann entsprechend der angegebenen Reiseziele dynamisch in die Begrüßungsmail integriert. Auch der Fließtext der Begrüßungsmail wurde individuell auf das Reiseziel des Empfängers angepasst.

Die Aktualisierungswerbung erfolgte quasi nebenbei, denn bereits bestehende Abonnenten wurden im Rahmen der Promo-Aktion noch einmal auf die Mehrwerte und Nutzen ihres kostenfreien Airport-Newsletters hingewiesen.

Die Ergebnisse

Neben der Adressgenerierung besonders interessant sind die Effekte auf die Öffnungs- und Klickrate: Die durchschnittliche Öffnungsrate lag bei der Kampagne um das 2,4fache höher als üblich, die durchschnittliche Klickrate sogar um das 2,7fache, obwohl den Empfängern der Kampagnen-Mails vergleichsweise wenig Klickmöglichkeiten angeboten wurden.



So können Sie von dieser Fallstudie profitieren

- Eingebettet in den entsprechenden Kontext und mit interessanter Incentivierung funktioniert die Offline-Adressgenerierung ganz hervorragend.
- Ein hoher Grad an Personalisierung und persönlicher Ansprache zahlt sich in Form von hohen Öffnungs- und Klickraten aus.
- Stimmen das Nutzenversprechen, die Ansprache und die Kampagnenidee, dann lassen sich auch lange Zeiträume zwischen Newsletter-Anmeldung und Klick auf den Bestätigungslink erfolgreich und problemlos überbrücken.
- Die aktive Ansprache von Menschen vor Ort eignet sich hervorragend, um inaktive Empfänger zu reaktivieren und so die statistischen Werte zu verbessern.

Über rabbit eMarketing

rabbit eMarketing steht für professionelles E-Mail- und Social-Media-Marketing. Als inhabergeführte Kreativ- und Full-Service Agentur bieten wir unseren Kunden alles, was sie erfolgreicher macht: Gemeinsam entwickeln wir die zu ihnen passende Strategie und wählen im nächsten Schritt die zu ihrer Umsetzung nötigen Maßnahmen und Technologien aus. Die anschließende Kontrolle der erzielten Ergebnisse ist für uns ebenso selbstverständlich, wie der persönliche und langjährige Kontakt zu unseren Kunden. Die Fakten hinter rabbit eMarketing: Online-Dialog-Erfahrung seit 2003, eine dreistellige Zahl aktiver Kunden aus unterschiedlichsten Branchen – darunter viele internationale Konzerne und bekannte mittelständische Unternehmen – zahlreiche nationale und internationale Awards für erfolgreiche Kampagnen. rabbit eMarketing ist, mit über 70 fest-angestellten Mitarbeiter in Frankfurt, Deutschlands größte Spezialagentur für E-Mail-Marketing-Services.

Weitere Fallstudien und Informationen finden Sie auf unserer Website.

www.rabbit-emarketing.de



Katrin Förster

Unit-Leiterin

rabbit eMarketing GmbH

Kaiserstr. 65, 60329 Frankfurt

Tel.: +49 (0) 69 - 86 00 428 - 00

sparringspartner@rabbit-emarketing.de

www.rabbit-emarketing.de



Besuchen Sie uns auf Facebook
www.facebook.com/rabbitemarketing



Folgen Sie uns auf Twitter
www.twitter.com/erabbit



Besuchen Sie uns auf YouTube
www.youtube.com/rabbiteMarketingTV



Besuchen Sie uns auf Google+
<http://bit.ly/erabbitplus>

