

84% Neukunden und 38% Konversionsrate

Valentins erreicht mehr: Neue Kunden und Top-Konversion durch alternative Trafficquellen.

Die Marketing- und Vertriebsziele

Die Valentins GmbH hat sich seit Mai 2000 als einer der führenden Blumen- und Geschenkeversender in Deutschland und Österreich mit einem ständig wachsenden, innovativen Sortiment etabliert. Die größte Herausforderung für einen anhaltenden Markterfolg besteht darin, neue Kundengruppen zu erschließen und diese anschließend zu loyalisieren. Die Aufgabe für deal united bestand darin, Umsatzpotentiale und alternative Trafficquellen für Valentins zu erschließen. Neben der Steigerung der Aufmerksamkeit für die Marke standen die vertrieblichen Ziele mehr Abverkäufe zu erzielen und Neukunden zu gewinnen im Mittelpunkt der Kampagne.



Kampagnen Facts

Advertiser: Valentins GmbH

Strategie: Gezielte & responsestarke Ad-Platzierung am Point-of-Action, Aushebelung der Zahlungsbereitschaft, risikolose CPO-Kampagne

Werbemittel: Warenkorb-Exit-Layer, In-Application- & In-Game-Messages

Die Kampagnenstrategie

Der Kampagnenansatz war die gezielte Ansprache von Usern am Point-of-Action, die keine oder nur geringe Zahlungsbereitschaft für digitale Güter wie Software oder Games mitbringen. Das Werbeangebot von Valentins sorgte dabei für den Hebel der Kampagne: Der User bezahlt für das Blumen- bzw. Geschenkprodukt und erhält das digitale Produkt kostenlos. So wird die Zahlungsbereitschaft ausgehebelt und umgeleitet. Die Ansprache erfolgte jeweils im Kaufprozess mit unterschiedlichen innovativen Werbemitteln wie Warenkorbabbruch-Layern und In-Application-Messages.

Die Ergebnisse

Durch die gezielte Ansprache und innovative Platzierung des Angebots generierte deal united einen hohen Neukundenanteil von 84% in einem für Valentins neuen Kundensegment. Die exzellente Konversionsrate von 38% und die Vielzahl zusätzlicher Verkäufe machten die Kampagne zu einem vollen Erfolg.

„BrowserGames-Kunden zählten bislang eigentlich nicht zu unserem Kundenstamm – Jetzt schon!“

Matthias Kraft, Valentins GmbH
Marketing Manager Neukunden

Kampagnen Highlights

- **84 %** Neukundenanteil
- **38 %** Konversionsrate
- Niedrige Stornoquote: 1,5 %
- Hoher Kampagnen-ROI
- Steigerung der Brand Awareness
- Kostenlose Ad-Impressions