

Secret Escapes

Von Anfang an nur beste Aussichten für Ihren Urlaub

Wie der exklusive Reiseanbieter Secret Escapes mit der Inbox Ad und Responsive Templates seine Angebote Device-übergreifend perfekt in Szene setzt und bis zu 137 % mehr Klickrate generiert.

The logo for Secret Escapes, featuring the word 'secret' in a bold, lowercase, sans-serif font, and 'Escapes' in a larger, lowercase, serif font below it.

FACTS & FIGURES

Werbetreibender:
Secret Escapes Ltd.

Produkt:
Secret Escapes Newsletter

Media-Agentur:
Leverate Media GmbH

Kampagnenlaufzeit:
22.06.15-29.06.15 (responsive A/B Test)

Zielgruppe:
GMX und WEB.DE FreeMail-Nutzer ab 18 Jahren

Werbemittel:
Inbox Ad mit responsive Template für
Multi-Screen-Ausspielung

»Die innovativen Mobile-Formate von United Internet Media eignen sich hervorragend für unsere performance-getriebenen Kunden. Zusätzlich schätzen wir und unsere Kunden die Möglichkeit, in größeren Dimensionen diese Performance zu skalieren. Gemeinsam mit United Internet Media konnten wir so für unseren Kunden »Secret Escapes« einen wichtigen mobilen Akquisitionskanal erschließen.«

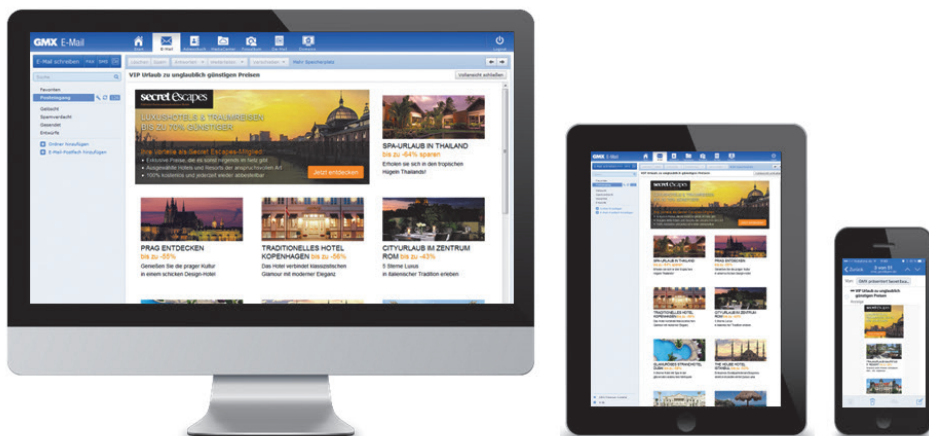
Stephan Rau, Chief Media Officer & Co-Founder
Leverate Media GmbH

DIE AUSGANGSLAGE

Der Fokus von Secret Escapes liegt in der Gewinnung reise- und buchungsfreudiger sowie zahlungskräftiger Neumitglieder. In den regelmäßigen Newslettern von Secret Escapes findet die Zielgruppe exklusive Angebote für Hotels und Urlaubsreisen, vornehmlich aus dem Premium-Segment. Für die sorgfältige Auswahl und Aushandlung der Konditionen ist ein internes Team internationaler Travelexperten verantwortlich. Gebucht werden können die zum Teil drastisch vergünstigten Angebote jeweils nur im Rahmen einer aktiven Mitgliedschaft.

Für die Bewerbung seines Angebotes buchte Secret Escapes bereits seit Mitte März 2015 die Inbox Ad von United Internet Media. Die Kampagne beinhaltete dabei auch einen signifikanten Mobile-Anteil und verlief durchweg erfolgreich. Aufgrund der rasanten Wachstumswerte im Mobile-Segment sollte diese gute Performance durch den Einsatz eines responsiven Templates jedoch noch weiter ausgebaut und das Unternehmen Secret Escapes somit fit gemacht werden für die Multi Screen/Mobile Transition.

Aufgabe: Gewinnung von Neukunden für Secret Escapes durch den Aufbau und Skalierung neuer Kanäle. Im Fokus lag die optimale Contentdarstellung für jedes Device, insbesondere für Mobile.



DIE REALISIERUNG

Noch bessere Usability für mobile Devices und die gezielte, screenübergreifende Erhöhung der Conversions waren die klaren Maßgaben für das Entwicklungsteam. Umgesetzt wurde das Projekt im Sinne eines optimalen Kundenservice als gemeinsame Full-Service-Leistung von United Internet Media und Leverage Media.

Um die Performance der Inbox Ad für eine Multi-Screen-Kampagne weiter zu optimieren, setzten die Spezialisten in enger Abstimmung mit Secret Escapes ein responsives Template auf, das sich dynamisch an die Bildschirmauflösung anpasst und somit stets eine optimale Darstellung auf dem Desktop oder Mobile Screen gewährleistet. Dabei wurde das responsive Template so programmiert, dass anstelle eines allgemeingültigen Angebots nun bis zu zehn Hotels gleichzeitig beworben werden, was die Angebotsattraktivität für den Nutzer zusätzlich messbar steigerte. Zudem konnten neue Deals nun ganz einfach durch den Einsatz neuer Grafiken und Texte durchgeführt und wöchentlich aktualisiert werden.

Die bewährten Vorteile der klassischen Inbox Ad blieben auch in der responsiven Version komplett erhalten:

- Als erster Werbekontakt, nachdem sich der User eingeloggt hat, erzeugt die Inbox Ad beim User hohe Relevanz durch die Einbindung in das natürliche, vertrauenswürdige E-Mail-Umfeld.
- Nach dem Klick auf die Anzeige öffnet sich die Inbox Ad als großformatige Werbeplatzierung direkt im Mailfenster (beim responsiven Template optimal skaliert zur jeweiligen Screen-Auflösung).
- Mit 30 Mio. aktiv genutzten Mail-Accounts, präziser Aussteuerung über TGP® Targeting, voller Rich Media-Integration und echter Multi-Screen-Fähigkeit ist das Inbox Ad ein einzigartiges Tool für jedes Marketingziel.

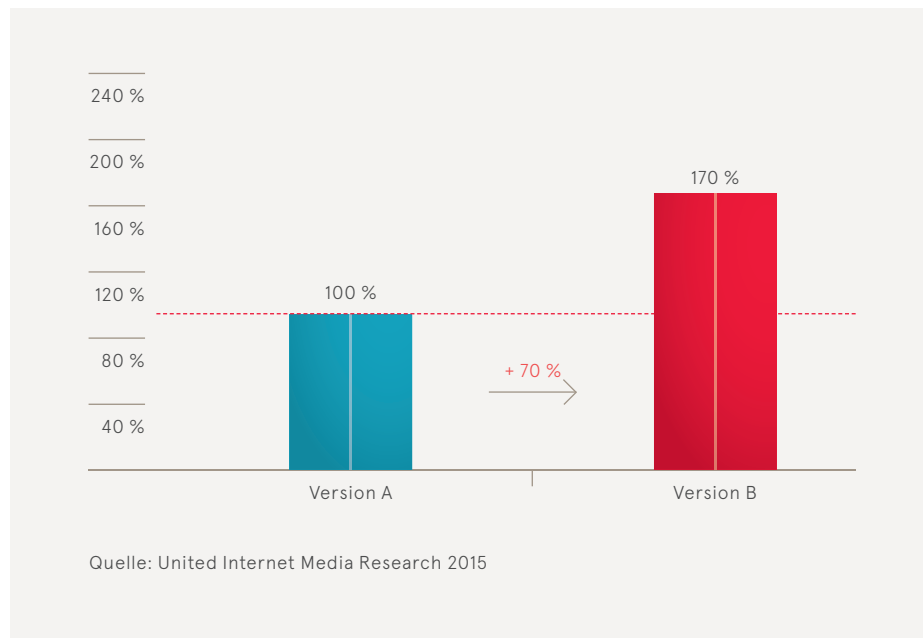
Für die Erfolgsüberprüfung wurden im Kampagnenverlauf die Klickraten für die konventionelle Inbox Ad und die responsive Version für Desktop und Mobile in einem klassischen A/B-Vergleich gegenübergestellt und ausgewertet.

DIE ERGEBNISSE

Die gemessenen Werte der beiden Template-Varianten zeigen eindrucksvoll die Wirkungsüberlegenheit der Responsive-Version. Dank optimaler Darstellung und höherer Relevanz für die User konnte mit dem responsiven Template ein Uplift um 70 Prozent in der Klickrate auf dem Desktop-Screen und ein Uplift um 137 Prozent im Bereich Mobile erzielt werden. Mit der Kombination von Desktop und Mobile sowie optimaler, Device-übergreifender Darstellung generierte die Kampagne von Secret Escapes im Testzeitraum insgesamt 11 Prozent mehr Kunden als newsletter-affine Neumitglieder und steigerte die Kampagnen-Performance somit weit über die erwarteten Ziele hinaus.

↓ Desktop – Uplift Klickrate

A/B-Test – Non-Responsive-Version (A) im Vergleich zur Responsive-Version (B)

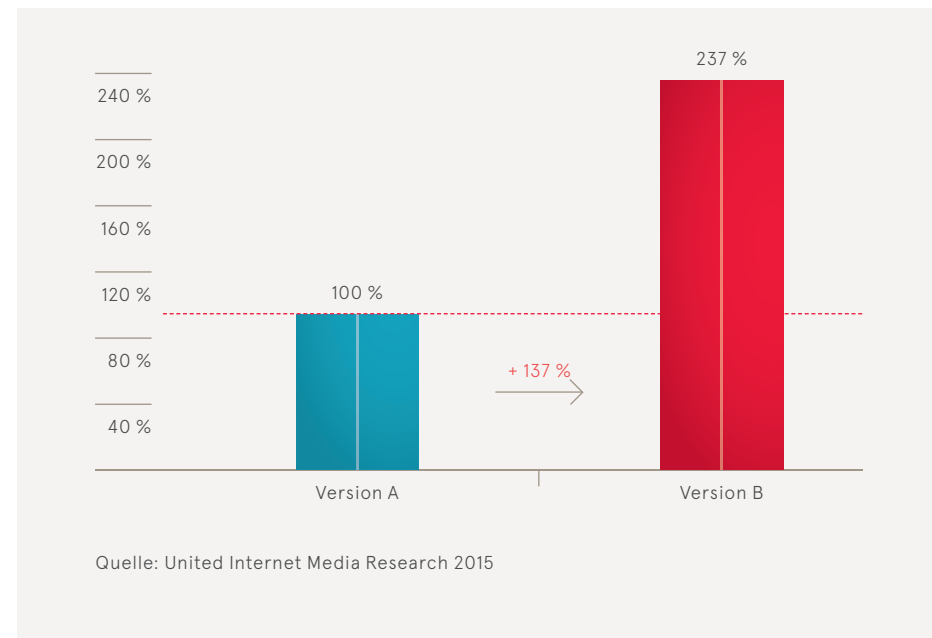


DAS FAZIT

Die Performance-Optimierung für Secret Escapes im Rahmen der Inbox Ad Kampagne zeigt die Bedeutung von Mobile Transition als Schlüsselfaktor für den gemeinsamen Erfolg von werbetreibenden Kunden und United Internet Media. Als Pionier und Vorreiter im Online-Marketing entwickeln wir unsere besondere Multi-Screen-Expertise kontinuierlich weiter und unterstützen unsere Kunden aktiv dabei, ihre Kampagnen auf allen Devices optimiert auszuspielen. Der Nutzen für unsere Kunden liegt messbar auf der Hand: Mehr Leads – mehr Umsatz! Und wir freuen uns über treue Partnerschaften als Ergebnis dieser perfekten Teamarbeit.

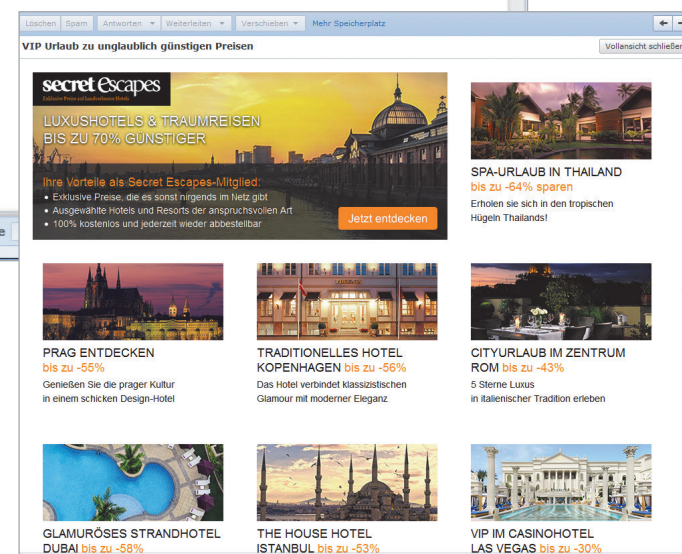
↓ Mobile – Uplift Klickrate

A/B-Test – Non-Responsive-Version (A) im Vergleich zur Responsive-Version (B)





↑ A/B-Test
Non-Responsive-Version



↑ A/B-Test
Responsive-Version