

PARSHIP

Dreifache Steigerung der Öffnungsrate mit trustedDialog

Wie Parship in seinem E-Mail-Marketing mit trustedDialog zu 100 Prozent auf Vertrauen setzt und dadurch ein mehrfaches Plus bei Öffnungsrate, CTR und Conversion erzielt.

The Parship logo is displayed on a red rectangular background. The word "Parship" is written in a white, bold, sans-serif font. To the right of the text is a white heart icon.

FACTS & FIGURES

Werbetreibender:
Parship

Produkt:
trustedDialog

Media-Agentur:
interne Umsetzung

Kreativ-Agentur:
interne Umsetzung

Kampagnenlaufzeit:
15 Monate (Februar 2015 bis Juni 2016)

Zielgruppe:
Parship Newsletter Empfänger

Werbemittel:
trustedDialog

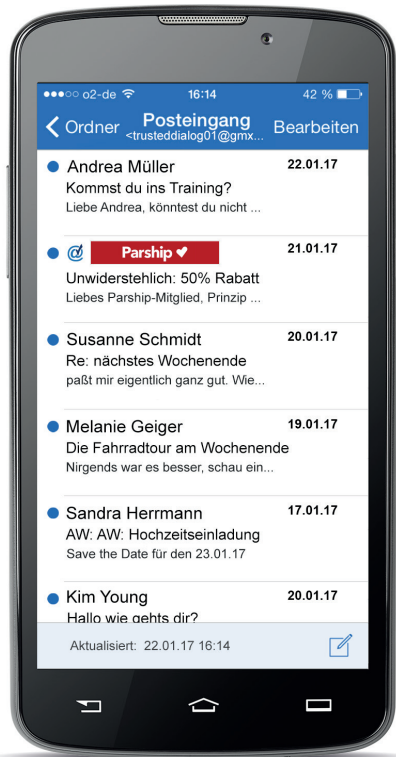
»Wir sind sehr erfreut über den positiven Einfluss von trustedDialog auf Öffnungsrate und CTR sowie über die Conversion-Steigerung unserer Parship E-Mails. Einen Anstieg der entscheidenden KPIs konnten wir vor allem in dieser Deutlichkeit nicht erwarten. Das Thema Vertrauen ist und bleibt im E-Mail-Marketing ein kritisches. trustedDialog hat uns dabei einen großen Schritt nach vorne gebracht.«

Rüdiger Hort,
Head of CRM PARSHIP ELITE Group

DIE AUSGANGSLAGE

„Die passenden Menschen dauerhaft zusammenbringen“ lautet seit 2001 die Mission von Deutschlands führender Online-Partnervermittlung. Seitdem haben sich über elf Millionen anspruchsvolle Singles bei Parship.de registriert, um den passenden Partner für eine langfristige und glückliche Beziehung zu finden. Die Mehrheit der Parship-Mitglieder sind aktive Frauen und Männer ab 25 Jahren mit gehobenem Bildungsniveau auf der Suche nach einer dauerhaften Partnerschaft.

Europaweit hat Parship mehr als 50 Kooperationspartner, zu denen in Deutschland neben United Internet Media unter anderem Die Zeit, das Handelsblatt und brigitte.de zählen. Das in Hamburg ansässige Unternehmen bietet seinen Service unter Parship.com in derzeit 13 Ländern an.



↑ trustedDialog E-Mail-Siegel und Parship Markenlogo

Aufgabe: Das Hauptziel der Kampagne war, das Vertrauen der Kunden in den E-Mail-Dialo g zu stärken, die Öffnungsrate zu steigern und somit die Awareness der eigenen Marke zu erhöhen. Mittels trustedDialog sollten die Empfänger Parship-E-Mails schnell von Spam und Phising-Versuchen unterscheiden und positiv bewerten können. Mit Blick auf die zunehmenden betrügerischen E-Mails und die Missbrauchsversuche mit persönlichen Daten ist das eine der größten Herausforderungen im E-Mail-Marketing. Vor allem in Deutschland mit seinem tief verankerten Datenschutz-Bewusstsein und den damit verbundenen Vorbehalten der Nutzer gegenüber der E-Mail.

Um den Erfolg und somit die Veränderungen der Öffnungsrate der trustedDialog E-Mailings messen zu können, entschied man sich, diese in einem Zeitraum von 15 Monaten mit herkömmlich versendeten E-Mails zu vergleichen.

DIE REALISIERUNG

Die doppelte „Speerspitze“ von trustedDialog ist die Kombination aus dem E-Mail-Siegel und dem Parship Markenlogo. Beste Voraussetzungen also, um das Gefühl von Sicherheit mit einer starken Markenpräsenz zu verbinden.

Das Herz eines vertrauensvollen E-Mail Dialogs

Seit sechs Jahren ist trustedDialog der Qualitätsstandard für die sichere und geschützte E-Mail-Kommunikation im CRM. Das E-Mail-Siegel steht für geprüfte Echtheit und Integrität in den Postfächern von WEB.DE, GMX, 1&1, freenet sowie der Deutschen Telekom. Und damit trifft es mitten ins Herz einer jeden E-Mail-Kampagne, dem nach wie vor beliebtesten aller Werbekanäle weltweit.

Doppeltes Vertrauen in die Echtheit des Absenders

trustedDialog E-Mails sind deutlich mit dem Firmenlogo und dem trustedDialog E-Mail-Siegel gekennzeichnet. Daneben ist ein Popup-Fenster integriert, das die Verifizierung des Absenders noch mal bestätigt, sobald der Nutzer mit der Maus über das Logo fährt.

Stärkung des Brandings auch bei ungeöffneten E-Mails

Siegel und Markenlogo stellen nicht nur die bestmögliche Zustellbarkeit sicher, sondern sie sorgen selbst bei ungeöffneten E-Mails für hohe Aufmerksamkeit und damit verbundene willkommene Branding-Effekte.

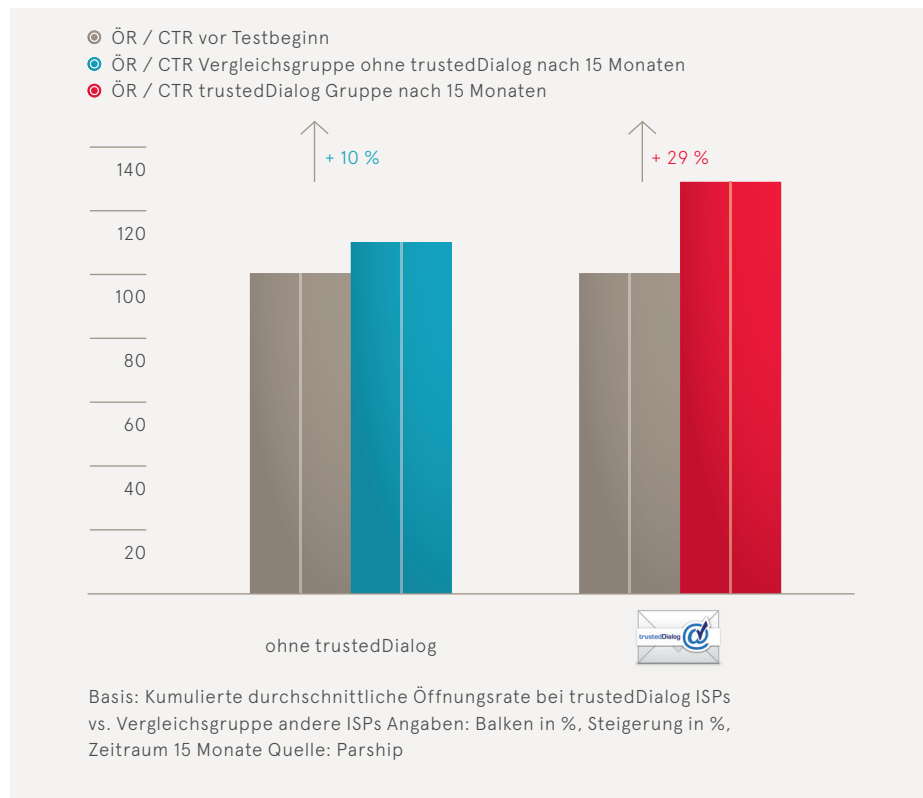
DIE ERGEBNISSE

Der Langzeitversuch mit trustedDialog erstreckte sich über 15 Monate. Dabei wurden die Kunden mit E-Mail-Adressen bei den trustedDialog Portalen WEB.DE, GMX, 1&1, freenet und T-Online gegen die Vergleichsgruppe der restlichen Nicht-trustedDialog-Portale getestet. Die Ergebnisse sprechen eine deutliche Sprache.

Dreimal höhere Steigerung der Öffnungsrate mit trustedDialog

Die durchschnittliche Öffnungsrate im trustedDialog-Cluster hat sich in den 15 Folgemonaten nach der trustedDialog-Einführung um 29 % verbessert. Die durchschnittliche Öffnungsrate im Nicht-trustedDialog-Cluster verzeichnete dagegen einen Uplift um nur 10 %.

↓ Öffnungsrate



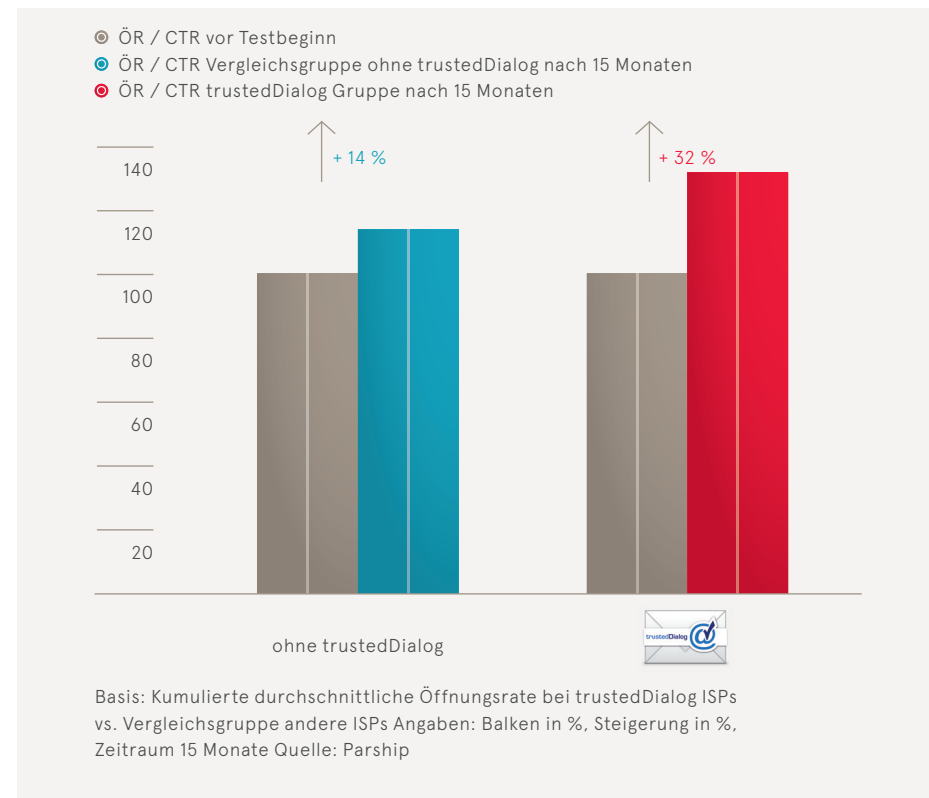
Doppelt so hohe Steigerung der CTR mit trustedDialog

Die positive Entwicklung ist auch an der durchschnittlichen CTR abzulesen. Hier konnte ein Anstieg um 32 % im trustedDialog-Cluster verzeichnet werden, wogegen die CTR im Segment des Nicht-trustedDialog-Clusters um lediglich 14 % zulegte.

Anstieg der Conversion nur mit trustedDialog

Durch die Verbesserung von Öffnungsraten und CTR wurde auch ein Anstieg in der durchschnittlichen Conversion im trustedDialog-Cluster erreicht. Die Entwicklung des Nicht-trustedDialog-Clusters verzeichnete dagegen keinen signifikanten Anstieg.

↓ Click-Through-Rate



DAS FAZIT

Die Ergebnisse spiegeln sowohl die Herausforderung im E-Mail-Marketing wieder als auch den Schlüssel zum Erfolg. E-Mail-Kommunikation mit trustedDialog sorgt beim Empfänger intuitiv für mehr Vertrauen als bei herkömmlichen E-Mailings. Die Folge sind, verglichen mit herkömmlichen E-Mailings, ein deutliches Plus an Awareness sowie eine mehrfache Steigerung von Öffnungsrate, CTR und Conversion.

Dass nebenbei noch weitere KPI nachhaltig anstiegen, werten wir als eindeutige Bestätigung dafür, dass die Zukunft des E-Mail-Marketing massiv vom Faktor Vertrauen abhängt.

The screenshot shows a GMX E-Mail interface. The inbox on the left lists several emails, with the selected one from Parship highlighted. The main content area displays the email body, which includes a red header with the Parship logo and a photo of a man. The main offer is 'Sensations-Angebot 50% Rabatt für Sie auf alle Premium-Angebote für die gesamte Laufzeit'. The offer is valid until 28.01.2017. Below the offer is a blue button labeled 'Zum Angebot'. The email is dated 21.01.2017 um 08:43 Uhr.

← trustedDialog E-Mail-Siegel und Inbox Branding