

Tchibo (Schweiz) AG

Klarer Vertrauens-Bonus für trustedDialog!

Wie E-Mail-Siegel und Markenlogo im Posteingang für starke Markenbindung sorgen und höheres Vertrauen schaffen.



FACTS & FIGURES

Werbetreibender:
Tchibo (Schweiz) AG

Produkt:
Tchibo (Schweiz) Newsletter

Media-Agentur:
interne Umsetzung

Kreativ-Agentur:
interne Umsetzung

Kampagnenlaufzeit:
2 Monate (Mai bis Juni 2016)

Zielgruppe:
Tchibo (Schweiz) AG Newsletter Empfänger

Werbemittel:
trustedDialog

»Für Schweizer ist das Thema Vertrauen und Sicherheit nicht nur ein Klischee, sondern es hat im Kommunikationsalltag tatsächlich eine hohe Bedeutung. Umso mehr hat uns der signifikant positive Einfluss der trustedDialog-Elemente auf die Öffnungsraten unserer E-Mail-Aktionen begeistert, mit denen wir in diesem Umfang nicht gerechnet hatten. Für die Tchibo (Schweiz) AG war der Einsatz von trustedDialog über den gesamten Testzeitraum ein voller Erfolg, weshalb wir dieses überzeugende Instrument auch künftig nutzen werden.«

Mandy Wagner,
E-Commerce Specialist, Tchibo (Schweiz) AG

DIE AUSGANGSLAGE

Seit über 60 Jahren steht die Marke Tchibo für besondere Kaffeeleidenschaft, hohen Qualitätsanspruch und immer wieder überraschende Angebots-Strategien. Der Mut zum Andersdenken wurde der Marke schon in die Wiege gelegt. Denn das Unternehmen entstand 1949 in Deutschland aus der Ursprungsidee der Kaufleute Max Herz und Carl Tchiling, Bohnenkaffee per Post zu versenden – ein Geschäftskonzept, das den Kaffeemarkt damals vollkommen revolutionierte. Der Name Tchibo setzt sich übrigens aus der Wortkombination der ersten Silben des Namens Tchiling und des Wortes Bohne zusammen.

Das Tchibo Konzept

Tchibo steht heute für ein einzigartiges Geschäftsmodell: Die international begehrte Marke verbindet höchste Bohnenkaffeeexpertise, ein eigenes Kapselsystem namens „Cafissimo“, feinsten Kaffeegenuss an der Kaffee-Bar und ein innovatives, wöchentlich wechselndes Sortiment an Gebrauchsartikeln. In dieser vielseitigen und immer wieder überraschenden Tchibo Welt ist sprichwörtlich für jeden etwas dabei.

Tchibo in der Schweiz

Seit über 15 Jahren gibt es Tchibo nun auch in der Schweiz. Die Tchibo (Schweiz) AG hat ihren Sitz in Wallisellen ZH und ihr Vertriebsnetz verfügt über 44 Filialen, rund 200 Depotverkaufsstellen (z. B. in Coop-Filialen) und einen zweisprachigen Online-Shop unter www.tchibo.ch und www.tchibo.ch/fr.

Aufgabe: Um die Awareness für Tchibo in der Schweiz weiter auszubauen und die spezifischen Vorteile und Attribute der Markenwelt bei den Kunden nachhaltig positiv zu verankern, wollte der Kunde gezielt innovative Ansätze für sein E-Mail-Marketing testen und die Lösung bei entsprechend überzeugenden Performance-Werten im Anschluss dann kontinuierlich einsetzen. Im Vergleich zu anderen Werbemitteln, deren Inhalte für den Kunden oftmals direkt sichtbar und bewertbar sind, war das Hauptziel dabei, zunächst eine überdurchschnittliche Öffnungsrate zu generieren. Gesucht wurde daher eine Lösung, die nicht erst über den Inhalt, sondern bereits in der Wahrnehmung des Werbemittels selbst ein überdurchschnittlich hohes Vertrauen beim Empfänger aufbaut.

DIE REALISIERUNG

Da Tchibo (Schweiz) mit seinen Kunden einen besonders vertrauensvollen E-Mail-Dialog schaffen und gleichzeitig die Marken-Awareness steigern wollte, entschied man sich für das Premium-Produkt trustedDialog. Die Wirkungsmechanik von trustedDialog bietet Werbetreibenden bereits seit mehr als sechs Jahren einen außergewöhnlichen Qualitätsstandard für eine sichere und geschützte E-Mail-Kommunikation im CRM, der auf drei Schlüsselfeldern aufbaut:

Aufmerksamkeit und Vertrauens-Transfer

Dank der besonderen Kombination aus vertrauensbildendem E-Mail-Siegel und visuell verknüpftem Markenlogo fällt dem Empfänger bei trustedDialog-Mails nicht nur der Absender Tchibo (Schweiz) sofort ins Auge, sondern das Markenlogo wird mit dem gelernten Sicherheitsversprechen des E-Mail-Siegels verknüpft. Somit wird vom ersten visuellen Kontakt an ein positives Markenimage unterstützt.

Sicherheits-Versprechen

Über eine Absenderauthentifizierung und Integritätsprüfung wird sichergestellt, dass trustedDialog-Mails weder Phishing-Versuche noch Spam oder Viren enthalten. Mit diesem gelernten Versprechen und der Kennzeichnung durch E-Mail-Siegel und Markenlogo unterscheiden Empfänger trustedDialog-Mails intuitiv von anderen und zeigen eine überdurchschnittlich hohe Bereitschaft, die Nachrichten zu öffnen.

Abdeckung aller Clients

trustedDialog-Mails werden in allen Clients von WEB.DE, GMX, 1&1, freenet und T-Online ausgespielt, sowohl auf dem Desktop als auch auf Smartphones und Tablets. Somit ist eine nutzer- und screenübergreifend hohe Reichweite der Mailings gewährleistet. Inhaltsunabhängig bot trustedDialog also die perfekten Voraussetzungen, um die von Tchibo (Schweiz) gewünschten Ziele im Rahmen der 2-monatigen Erst-Aktion denkbar effizient umzusetzen. Um nicht nur die nominellen Ergebnisse zu bewerten, sondern auch den Verstärkungseffekt von trustedDialog als gewähltes Premiumprodukt einordnen zu können, wurden im Anschluss an den Testzeitraum die tatsächlich gemessenen Öffnungsraten mit denen herkömmlich versandter E-Mails abgeglichen.

DIE ERGEBNISSE

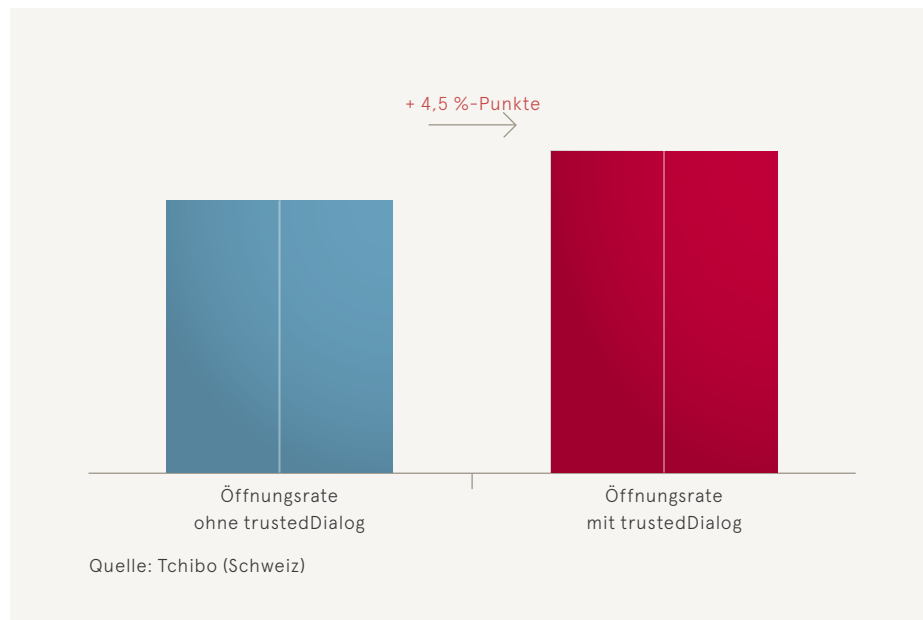
Erstmals wurde trustedDialog von einem Schweizer Kunden getestet. Entsprechend hoch war die Aufmerksamkeit, mit der sowohl der Kunde als auch die für die Umsetzung Verantwortlichen den Verlauf des Tests und dessen Ergebnisse verfolgten.

Schon kurz nach dem Start wurde jedoch schnell klar, dass die Resultate für Tchibo Schweiz auf ganzer Linie als Erfolg verbucht werden konnten. Mit einem Anstieg der Öffnungsrate hatte man zwar gerechnet. Das tatsächliche Ergebnis übertraf die Erwartungen jedoch erheblich.

Um ganze 4,5 Prozentpunkte konnte die Öffnungsrate durch den Einsatz von trustedDialog im direkten Vergleich mit herkömmlich versendeten E-Mails über die einzelnen Provider durchschnittlich gesteigert werden.*

↓ trustedDialog – Steigerung der Öffnungsrate

Basis: Durchschnittliche Öffnungsrate von GMX und WEB.DE

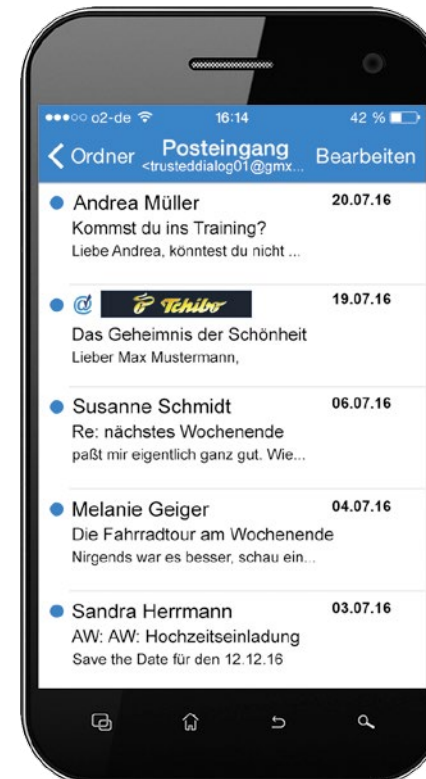


Der Vertrauenstransfer durch die visuelle Verknüpfung E-Mail-Siegel und Markenlogo fand also auch bei den kritischen Schweizer Kunden auf hohem Niveau statt und sorgte für eine aus Kundensicht optimale Performance. Das hohe Niveau der Anfangsphase wurde auch über die gesamte Laufzeit gehalten.

Tchibo (Schweiz) zeigte sich durchweg zufrieden, konnte seine Mailinginhalte in hohem Umfang an seine Zielgruppe kommunizieren und wird trustedDialog auch weiterhin als überdurchschnittlichen Erfolgsgaranten nutzen.

*Quelle: Messung zur durchschnittlichen kumulierten Öffnungsrate von Tchibo (Schweiz) über 2 Monate

↓ trustedDialog E-Mail-Siegel und Tchibo (Schweiz) Markenlogo



DAS FAZIT

Insbesondere im E-Mail-Marketing ist Vertrauen in den Absender ein wertvoller Schlüssel zum Erfolg. Genau an diesem Punkt setzt die Wirkungsmechanik von trustedDialog überdurchschnittlich erfolgreich an. Mit E-Mail-Siegel und visueller Verknüpfung zum Markenlogo des autorisierten Versenders sorgt die so gekennzeichnete Mail im Posteingang für deutlich mehr Awareness, schafft intuitiv höheres Vertrauen beim Empfänger und gewährleistet damit insgesamt eine deutliche Steigerung der Öffnungsrate.

Für Tchibo (Schweiz) war der erste Feldversuch von trustedDialog ein positives Beispiel dafür, wie man mit innovativen Instrumenten und relevanten Inhalten auch in einem zunehmend gesättigten, digitalen Kommunikationsmarkt noch echte Performance-Zuwächse erzeugen kann.

Besonders erfreulich ist dabei die Erkenntnis, dass nicht nur die spontane Wahrnehmung der Marke und die Öffnungsraten gesteigert wurden, sondern die Kampagne auch wirkungsvoll in nachhaltig bedeutsame Parameter wie Kundenbindung- und Markenvertrauen einzahlte.

Grund genug für Tchibo (Schweiz), den Einsatz von trustedDialog auch im Anschluss an die 2-monatige Testphase zunächst unbefristet zu verlängern.

trustedDialog E-Mail-Siegel & Inbox Branding →

The screenshot displays a GMX E-Mail interface. The inbox on the left shows a list of emails, with the selected email from Tchibo highlighted. The email content on the right features a promotional banner for 'Das Geheimnis der Schönheit' (The Secret of Beauty) by Tchibo. The banner includes the Tchibo logo, the headline 'Das Geheimnis der Schönheit', the subtext 'Loungewear, Wellness & Beauty', and a call to action 'Jetzt vorab bestellen >'. A 'PrivatCard VORSCHAU' badge is also visible. The email header shows the sender as Tchibo and the date as 19.07.2016 um 08:38 Uhr. The banner also mentions 'Ihr TreueBohnenstand: 510*' and 'Für Sie 1 Woche früher'.