

Nachhaltige Kundengewinnung für Tageszeitungen

HÄNJES stärkt mit Checkout-Marketing das Verlags-Abogeschäft

Kunde: HÄNJES Verlagsdienstleistungen GmbH

Branche: Multichannel Performance Marketing Dienstleister

Mitarbeiter: 350

Dialogmarketingagentur mit Fokus auf Vertrieb und Verkauf für lokale, regionale und überregionale Zeitungshäuser



Ausgangslage

HÄNJES Verlagsdienstleistungen ist die größte deutsche Dialogmarketingagentur für die Verlagsbranche. Mit Fokus auf das Segment Tageszeitungen (lokal, regional und überregional) unterstützt der Performance-Marketing-Spezialist von den Standorten Bremen, Bremerhaven und München aus deutschlandweit mehr als 200 Verlagshäuser in allen Bereichen des Lesermarketings, des Anzeigenverkaufs und des Kundenservice. Über 90 % aller Tageszeitungen setzen auf die Expertise und das Lösungsportfolio von HÄNJES, die sich insbesondere im Bereich der Kundengewinnung über digitales Performance Marketing als Marktführer etabliert haben. Seit 2018 setzt HÄNJES beim Lesermarketing verstärkt Checkout-Marketing ein und ist im Bereich Tageszeitungen exklusiver Partner von userwerk.

Weitere Case Studies, Success Stories
sowie Pressemitteilungen finden Sie unter:
www.userwerk.com/de/news

oder **scannen Sie den
nebenstehenden QR-Code.**



Aufgabe & Zielsetzung

Zeitungen müssen derzeit in immer stärkerem Maße sinkende Werbeerlöse durch Vertriebsumsätze kompensieren. Ursache dafür sind u.a. erhebliche Veränderungen im Mediennutzungsverhalten, besonders in den nachrückenden jüngeren Zielgruppen.

Eine effiziente kontinuierliche Gewinnung neuer, treuer Leserzielgruppen jenseits der bereits vorhandenen Bestandskundensegmente wird daher zum strategischen Erfolgsfaktor. Das rückt vor allem die attraktive Konsumentengruppe der Digital Natives ins Rampenlicht. Diese „always on“ anzutreffende Zielgruppe ist über klassische Marketingkanäle allerdings nur eingeschränkt erreichbar.

Wesentliche Anforderung an das Lesermarketing war daher ein innovatives, performanceorientiertes Konzept, das neben der Convenience einer digitalen Lösung zur Kundengewinnung über entsprechende Vorteilsangebote (Leseproben und Abonnements zu Vorzugskonditionen) vor allem gut wandelbare Leads und nachhaltige Abo-Bestellungen berücksichtigt.

Umsetzung

Unter diesen Maßgaben hat userwerk für HÄNJES eine Checkout-Marketing-Lösung konzipiert, die über sechs erfolgsrelevante Features verfügt, die die Neukundengewinnung und Generierung von Tageszeitungen-Abos optimal unterstützen:



Regionale Aussteuerung der Vorteilsangebote

Lokales bzw. Regionales ist auch bei Nachrichten und Informationen gefragt. Die Aussteuerung der Tageszeitungsangebote auf Basis der Postleitzahl-Information der potenziellen Kunden steigert die Relevanz und damit die Conversionrate und die Nachhaltigkeit der Bestellungen.



Weitere Personalisierungsmöglichkeiten

Neben der regionalen Zuordnung können weitere persönliche Merkmale von Zielgruppen für eine noch relevantere Aussteuerung der Angebote hinzugezogen werden. Dazu zählen bspw. Informationen über den Shop, in dem die ursprüngliche Bestellung stattgefunden hat, Alter und Geschlecht, aber auch weitere angereicherte Daten auf mikrogeografischer, anonymisierter Ebene wie Haushaltstypen, Lebensphasen, Kaufkraft und Produktaffinitäten.



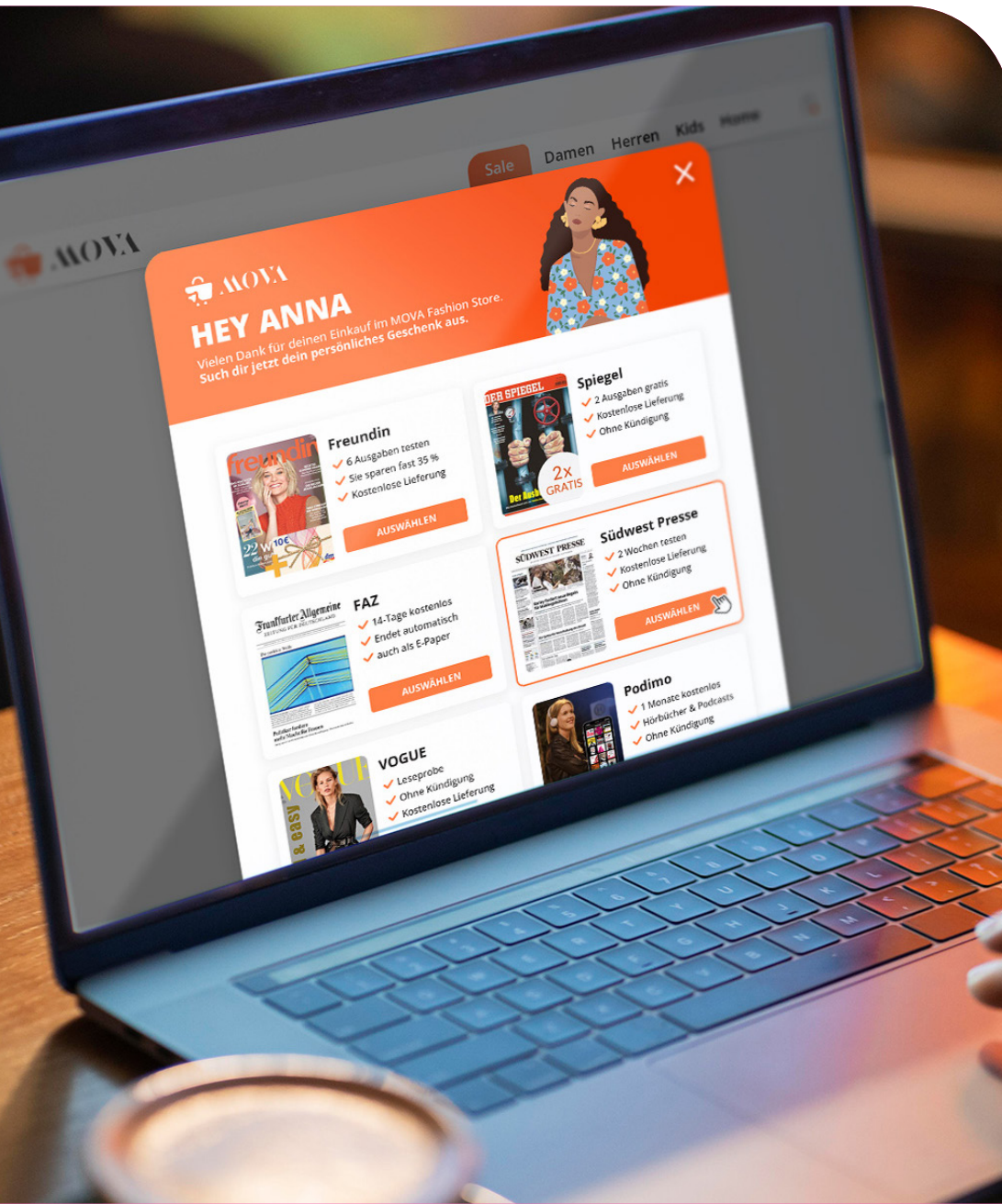
Berücksichtigung von individuellen Karenzzeiten, Preissensibilitäten und Angebotspräferenzen

Innerhalb des userwerk-Ökosystems können Kunden Shop-übergreifend wiedererkannt werden. Dadurch kann die Aussteuerung des Checkout-Angebots-Portfolios gezielt mit Informationen wie Bestellungen aus vorangegangenen Checkouts, Karenzzeiten für die erneute Bestellung von Neukunden-Angeboten, Preissensibilitäten und Angebotsvorlieben optimiert werden.



Anonymisierte 1:1 Kundenerkennung – Nutzung eigener CRM-Daten

Verlage können bei der Aussteuerung der „Danke-schön“-Angebote eigene CRM-Daten (First-Party-Daten) anonymisiert zum Einsatz bringen. So lässt sich bspw. ausschließen, dass Kunden, die bereits Abonnenten einer bestimmten Tageszeitung sind, Neukunden-Angebote erhalten (sie bekommen stattdessen alternative Bestandskunden-Produkte zu sehen). Zudem können Kunden, die in der Vergangenheit ein geringes Wandlungspotenzial aufgewiesen haben, mit spezifischen Angeboten angesprochen werden, die die Akquisitionskosten reduzieren.



Telefonnummern-Validierung

userwerk bietet die Möglichkeit, bei Leseproben-Angeboten mit Positiv-Option die vom Endkunden hinterlegte Telefonnummer (Mobil oder Festnetz) zu validieren. Damit lässt sich die Erreichbarkeit von Kunden nach Ablauf ihrer Probe zur Unterbreitung von Folgeangeboten über die Verlags-Call-Center sicherstellen.



Realtime Upgrade im Bestellprozess

In der Checkout-Strecke lassen sich direkt nach Bestellung der Leseproben-Angebote exklusive Abo-Angebote aussteuern, die vom Neukunden per One-Click wahrgenommen werden können. Diese Angebote erzielen Conversionraten von bis zu 30 % und sorgen dafür, dass die Re-Monetarisierung der Neukunden-Angebote schon direkt zu Beginn des Sales-Funnels erfolgt, wodurch nachlaufende Marketingkosten auf Seiten des Verlages eingespart werden.

Resultat

HÄNJES kann mit der von userwerk entwickelten Checkout-Marketing-Lösung die Erwartungen seiner Verlagskunden vollumfänglich bedienen. Insgesamt führen die zur Aussteuerung der Vorteilsangebote integrierten Features zu einer deutlich effizienteren und zugleich nachhaltigeren Neukundengewinnung:

Checkout-Marketing gehört bei vielen Zeitungsverlagen zu den drei wichtigsten Abo-Zugangskanälen. **Über 50 % aller Neukunden-Potenzialadressen stammen aus dieser Quelle**, unter Berücksichtigung der Werbeerlaubnis für Telefon und E-Mail sogar zwei Drittel der werbefähigen Potenzialadressen.

Mit einer Steigerung an Bestellungen von über 100 % innerhalb der letzten beiden Jahre ist das Checkout-Marketing der Werbekanal mit der größten Wachstumsrate.

Die Kosten pro neuem Abonnent (CpO - Cost per Order) liegen unter Berücksichtigung der Gesamtkosten (Werbekosten sowie Produktion/ Zustellung der Leseproben) und der Wandlungsquoten unter den Kosten traditioneller Zugangskanäle wie Standwerbung und Verteilaktionen. Hinzu kommen die auf die Verlagssysteme abgestimmten automatisierten Prozesse: Durch die verlagsindividuelle Aboimport-Vorlage **reduziert sich beim Verlag im Vergleich zu anderen Bestellwegen (z. B. Flyer, Telefon) die Adresserfassungszeit pro Abo um 75 %.**

- Steigerung an Bestellungen von über 100 % - Werbekanal mit der größten Wachstumsrate
- > 50 % der Potenzialadressen über Checkout Marketing
- 2/3 aller Verlags-Werbeadressen inkl. Telefon/ Mail-Opt-In
- CpO Checkout Marketing < CpO traditionelle Kanäle
- Reduzierung der Adresserfassungszeit um 75 %

Fazit

Mit der userwerk Lösung in seinem Marketingportfolio kann HÄNJES dieses Potenzial für seine Verlagskunden vollumfänglich heben und seine Position als führende Agentur für digitales Performance Marketing für die Verlagsbranche nachhaltig untermauern. Die über Checkout Marketing generierten Abomengen stellen inzwischen einen signifikanten Anteil an der Gesamt-Abo-Produktion der Verlage dar und tragen darüber hinaus zur Gewinnung neuer, werblich vermarktbarer Reichweite und damit zu wieder steigenden Werbeerlösen bei.

„Mit der Checkout-Marketing-Lösung von userwerk können wir die Anforderungen von Zeitungshäusern beim Vertrieb ihrer Produkte optimal bedienen. Sie ermöglicht nicht nur die Gewinnung neuer Zielgruppen, die über klassische Kanäle nur sehr eingeschränkt erreichbar wären, sondern sichert mit intelligenten Aussteuerungsmöglichkeiten auch maximale Effizienz bei der Abo-Produktion.“

Knut Hänjes

Inhaber HÄNJES Verlagsdienstleistungen GmbH