wunderpen

CMC DIALOGPOST STUDIE

in Kooperation mit Deutsche Post

ALLGEMEINE INFOS ZUR CMC-STUDIE

Wie Print-Mailings die Conversion Rate (CVR) in Online-Shops erhöhen, zeigen die neuesten Zahlen und Fakten der Studie 2020

CMC DIALOGPOST-Studie 2020

ZIELSTELLUNG

Die Studie analysiert die Performance von Print-Mailings an Bestandskunden von 41 Online-Shops. Die Studie liefert Standard-Kennziffern wie Conversion Rate, Zeitverlauf der Bestellungen, Warenkorb und den Return on Advertising Spend (RoAS).

RAHMENPARAMETER

Für die Teilnahme an der Studie musste jeder Online-Händler bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Die letzte Bestellung der Bestandskunden durfte nicht länger als 12 Monate zurückliegen. Der Aktionszeitraum der Studie erstreckte sich vom 15.10.2019 bis zum 29.02.2020, in dem die Teilnehmer ein Gutscheinangebot mit maximal 50.000 Exemplaren versenden konnten.

TRACKING & MESSBARKEIT

Damit die Response-Ergebnisse der Print-Mailings eindeutig messbar waren, bekam jeder Gutschein einen individuellen Code. So konnten die Einlösungen eindeutig einem Kundensegment zugeordnet werden. Die Darstellung der finalen Ergebnisse erfolgte aggregiert und anonymisiert, sodass kein Rückschluss auf einen einzelnen Teilnehmer möglich war.

DIE HIGHLIGHTS

- Print wirkt im E-Commerce: Print-Mailings für Bestandskunden überzeugen mit einer durchschnittlichen CVR von 4,9 Prozent.
- Plus 25 Prozent Conversion Rate: Werbebriefe animieren mehr zum Produktkauf als Maxi-Postkarten oder Selfmailer.
- Plus 8 Prozent Bestellwert als bei vorhergehenden Bestellungen.
- Print-Mailing zahlt sich aus: Werbesendungen erzielen im Schnitt einen Return on Advertising Spend von 990 Prozent!

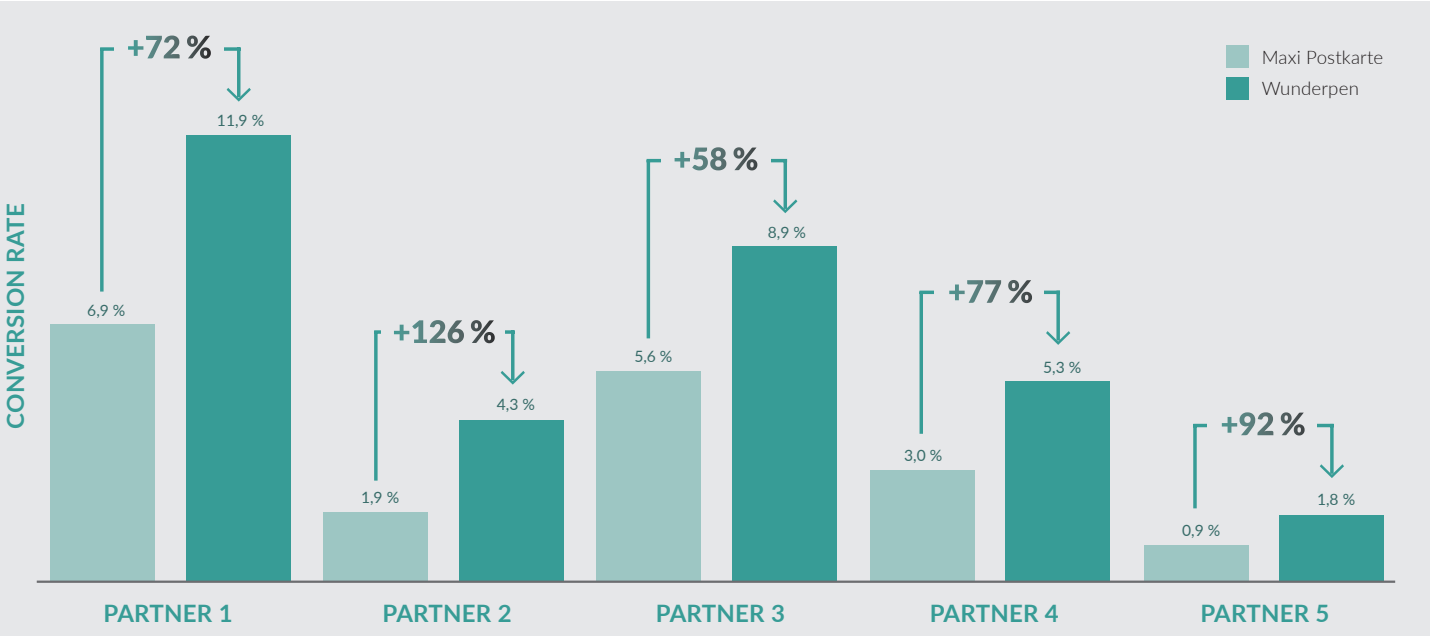


Wie die Leistungsdaten von Print-Mailings durch Handschrift noch mal deutlich gesteigert werden können, erfahren Sie auf der Rückseite.

Handgeschriebene Werbemittel erzielen eine durchschnittlich um 85 % höhere CVR als gedruckte

Gedruckte vs. handgeschriebene Werbemittel

Mit Unterstützung durch die Firma Wunderpen verschickten fünf ausgewählte Partner der Studie zusätzlich zu den normalen Werbemitteltests jeweils **4.000 handgeschriebene Maxi-Postkarten.** Wunderpen nutzt dafür eine eigens entwickelte Technologie zur maschinellen Herstellung der handgeschriebenen Print-Mailings. Die Rabatte der Angebote waren die gleichen wie bei den gedruckten Mailings. Die handgeschriebenen Maxi-Postkarten erzielten im Vergleich zu denen mit gedrucktem Text **eine durchschnittlich um 85 % höhere CVR.**



FAZIT: Je persönlicher die Ansprache des Kunden, desto besser fällt das Ergebnis aus.

Feedback von Shoepassion GmbH

„Unsere Kunden schätzen die Qualität der klassischen Shoepassion Herrenschuhe und geben durchschnittlich über 250 € dafür aus. Mithilfe der handgeschriebenen Wunderpen Karten haben wir unseren Durchschnittswarenkorb nochmal um 25 % gesteigert, was in Verbindung mit der fast verdoppelten Conversion Rate, selbst bei einem kleinen Test mit nur 4.000 Sendungen schon ca. 15.000 € mehr Umsatz bedeuten."

„Wir wurden mehr als überrascht von der Vielzahl qualitativen Feedback von Kunden und Geschäftspartnern, die die Karten erhalten haben und begeistert von der täuschend echten Handschrift der Wunderpen Maxi-Postkarte waren."

Simon Kronsender, Head of Marketing

Jetzt Studie kostenlos herunterladen: https://shop.deutschepost.de/cmc-dialogpost-ecommerce

Wunderpen GmbH, Aroser Allee 76, 13407 Berlin. Verbreitung oder Veröffentlichungen jedweder Art von Inhalten dieses Dokumentes – auch auszugsweise – bedürfen der vorherigen schriftlichen Genehmigung. Anfragen an: medien@wunderpen.com