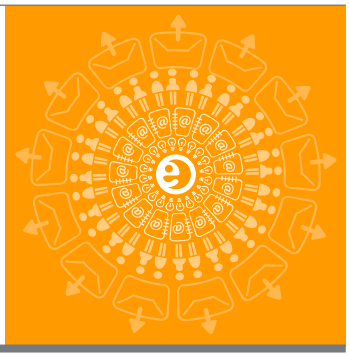
eCircle

FALLSTUDIE

Email-Marketing kreativ – Tourism Ireland punktet mit ausgefallenen Kampagnen-Konzepten

Tourism Ireland



➔ „Immer mehr Konsumenten informieren sich bei ihrer Urlaubsplanung online. Es stellt sich für uns daher gar nicht die Frage ob, sondern vielmehr wie wir uns online engagieren. Gerade vom E-Marketing versprechen wir uns besonders wirkungsvolle Impulse."

(Marie-Isabel Brauckhoff, E-Marketing Executive bei Tourism Ireland)

Email-Kampagnen

PROJEKTHIGHLIGHTS

HERAUSFORDERUNG:

- Zahl der Touristen und somit den Umsatz durch den Tourismus in Irland steigern
- Langfristige Bindung reiseaffiner Nutzer an Irlands Online-Portal und Steigerung des Traffics
- Markenwerte wie Irlands Landesgeschichte oder die faszinierende Natur vermitteln

LÖSUNG:

- Aktionsgebundene Email-Kampagnen mit Gewinnspielen und landesspezifischen Informationen zur Adressgewinnung
- 24-tägige Adventskalender-Kampagne mit täglichen Erinnerungs-Mails für wiederkehrenden Traffic
- Kreative Videomail-Kampagnen, um das Reiseland emotional zu bewerben

ERGEBNIS:

- Acht von zehn Lesern klicken sich zu den beworbenen Aktionen durch
- Hervorragende Ergebnisse der Adventskalender-Aktion: Öffnungsraten bis zu 72%, Klickraten bis 97%
- Effektive Neukundengewinnung und Kundenbindung mithilfe durchdachter Kampagnen-Konzepte

Tourism Ireland

Standort:	Deutschland
Branche:	Tourismus
Website:	www.tourismireland.de
Produkte:	Email-Kampagnen

Tourism Ireland setzt im Online-Marketing auf ausgefallene und wirkungsvolle Kampagnen-Konzepte. Ob Emotionen pur per Videomail oder 24-tägige Adventskalender-Aktionen, die Irland Information trifft insbesondere mit ihren Email-Kampagnen den Nerv der Empfänger und erzielt dadurch sensationelle Response-Werte: Die Email-Werbung wird von einer breiten Leserschaft geöffnet und rund 8 von 10 Lesern klicken sich zu den beworbenen Aktionen durch.

Tourism Ireland wurde 1998 von den Regierungen Nord- und Südirlands gegründet. Die Aufgaben der Irland Information liegen in der Vermarktung des Reiselandes Irland in Verbindung mit Partnern aus der Reisebranche mittels Print- und Onlinemedien.

Die Herausforderung: Irland zum Magneten für Urlauber machen

Die Marketing-Aktivitäten von Tourism Ireland sind von einem zentralen Ziel geprägt: die Zahl der Touristen und damit den Umsatz durch den Tourismus auf der Insel zu steigern.

Um dies zu erreichen, wird das Urlaubserlebnis Irland durch integrierte Marketing-Kampagnen erlebbar gemacht. Dabei bilden Markenwerte wie etwa die Landesgeschichte oder die faszinierenden Landschaften die zentralen Elemente der Kommunikation in TV, Print, Kino, Radio – und inzwischen vermehrt dem Internet. Zusätzlich werden Kooperationen mit Partnern aus der Reisebranche geschlossen, um den Interessenten neben spannenden und interessanten Informationen gleichzeitig attraktive Angebote zukommen zu lassen.

Tourism Ireland erkennt das Potenzial von Online-Medien

Aufgrund der Umwälzungen in der Reisebranche liegt der Schwerpunkt des Marketing-Mix von Tourism Ireland zunehmend auf der Online-Werbung: „Immer mehr Konsumenten informieren sich bei ihrer Urlaubsplanung online. Es stellt sich für uns daher gar nicht die Frage ob, sondern vielmehr wie wir uns online engagieren. Gerade vom E-Marketing versprechen wir uns besonders wirkungsvolle Impulse.“, so Marie-Isabel Brauckhoff, E-Marketing Executive bei Tourism Ireland.

Aktuelle Studien zeigen: Ein Drittel der Online-Nutzer bucht ihren Urlaub über die Webseiten von Reiseanbietern, ein Fünftel geht dazu sogar direkt auf die Webseiten der betreffenden Hotels oder Destinationen. Und ein weiteres Drittel der Internetnutzer informiert sich zur Reisevorbereitung online und bucht dann offline (Quelle: Studie „2006 Summer Travel“ von Prospective). Um diese hochgradig reiseaffinen Nutzer effizient anzusprechen und langfristig an das eigene Online-Portal zu binden, setzt Tourism Ireland neben weiteren Online-Werbemaßnahmen vor allem auf ein umfassendes Email-Marketing-Programm.

Intelligente Email-Kampagnen heben die Tourism Ireland-Kampagnen aus der Masse der Email-Werbung heraus

Tourism Ireland versendet nicht nur Newsletter, sondern auch aktionsgebundene Email-Kampagnen. Von der Kreation bis hin zum Versand zeichnet sich die eCircle AG aus München für die Kampagnen verantwortlich. Auch die Adressen stammen aus der eCircle Permission-Datenbank. Alle Kampagnen zeichnen sich durch einen spielerisch-kreativen Ansatz aus: Jede Aktion ist in kleine Geschichten rund um die Insel Irland eingebettet. Als Aufhänger dienen meist irische Traditionen oder typische Bräuche. Mit den ansprechenden

Kampagnen realisiert Tourism Ireland gleich zwei Ziele: Einerseits Traffic für die Webseite von Tourism Ireland zu generieren und andererseits ganz nebenbei über Gewinnspiele den eigenen Newsletter-Verteiler auszubauen. Um zusätzliche Potenziale im Offline-Bereich abzuschöpfen, werden die Email-Kampagnen häufig durch crossmediale Elemente wie z.B. korrespondierende Print-Kampagnen ergänzt.

➔ Tourism Ireland bindet seine Nutzer mit einem 24-tägigen Adventskalender

Bestes Beispiel für eine gelungene Kampagne sind die auf eine Maximierung der wiederkehrenden Webseitenbesucher ausgerichteten Adventskalender-Mailings, die Tourism Ireland in der Weihnachtszeit 2005 versendet hat. Dazu Marie-Isabel Brauckhoff: „Unser vorrangiges Ziel war es, die Bekanntheit unserer Internetseite und somit deren Traffic zu steigern." Um den Empfängern die Kultur Irlands näher zu bringen und verschiedene Reiseanbieter vorzustellen, setzte Tourism Ireland die Kampagne in Form eines kleinen Wintermärchens um: Die Empfänger öffneten jeden Tag eine Tür des Adventskalenders und lasen immer neue Geschichten über Weihnachten in Irland.

Damit die Adressaten möglichst häufig auf die Web-seite zurückkehrten, verschickte Tourism Ireland eine tägliche Erinnerungs-Email an den Adventskalender – ein Service mit dem Tourism Ireland bei den Empfängern punktete: Bis zum Ende der Aktion hatte sich die Zahl der Erinnerungs-Mail-Empfänger mehr als verdoppelt. Die Öffnungsraten erreichten bis zu 72 Prozent, die Klickraten lagen durchgängig über 80 Prozent und erzielten sogar Spitzenwerte von bis zu 97 Prozent – und das auch noch im späteren Kampagnenverlauf.

Marie-Isabel Brauckhoff freut sich über den Erfolg. „Während der Kampagnenlaufzeit konnten wir die Bindung zu unseren Nutzern weiter festigen."

„Das schöne an der Weihnachts-Kampagne war, dass wir über das Medium Email täglich ein Stück persönliche Kommunikation in die Mailboxen der Empfänger liefern konnten."

Marie-Isabel Brauckhoff
E-Marketing Executive

Sammeln von Nutzerdaten über eine Videomail inklusive Gewinnspiel

Traffic generieren über das Adventskalender-Mailing

Videomail zum Urlaubserlebnis Irland (ohne Gewinnspiel)

➔ Aktionsgebundene Email-Kampagnen-Konzepte wie Gewinnspiele reichern den Newsletter-Verteiler von Tourism Ireland an. Über das Adventskalender-Mailing wurden Webseitenbesucher an das Online-Portal gebunden: Die Öffnungsraten erreichten bis zu 72 Prozent, Klickraten lagen durchgängig über 80 Prozent und erzielten sogar Spitzenwerte von bis zu 97 Prozent.

Urlaubserlebnis hautnah – Emotionen pur per Videomail

Um bei potenziellen Interessenten die Lust auf einen Irland-Urlaub zu wecken, bedient sich Tourism Ireland zusätzlich innovativer Werbeformen wie etwa Videomails. Bei dem Werbemedium handelt es sich um eine Email, in die ein Videoclip integriert ist, der mittels Streaming direkt im Email-Vorschaufenster des Empfängers abgespielt wird. In der im September versendeten Email wurde ein Video mit stimmungsvollen Landschaftssequenzen aus dem herbstlichen Irland gezeigt, unterlegt mit irischer Musik. In Anlehnung an ein irisches Märchen, in dem ein Kobold einen Goldtopf am Ende eines Regenbogens vergräbt, konnten die 150.000 Adressaten über ein Gewinnspiel Goldstücke sammeln und sich so für die Verlosung von Lottoscheinen qualifizieren.

Fazit:

Für Tourism Ireland gestaltet eCircle qualitativ hochwertige Kampagnen, die aufgrund ihrer durchdachten Konzeption und ihrem auffälligen Design aus den sonstigen Emails im Posteingang der Nutzer herausstechen.

Das Beispiel Tourism Ireland zeigt, dass Email-Marketing ein ideales Instrument ist, um Interessenten zu binden und zu begeistern: Denn wer Email nur als reines Abverkaufsmedium versteht, greift zu kurz. Das Medium eignet sich darüber hinaus hervorragend dazu, Interesse zu wecken, den Kunden zu halten und zu entwickeln, sprich, ihn entlang des gesamten Lebenszyklus zu begleiten. Und: Mittels Email-Marketing lassen sich aufgrund der Gestaltungsmöglichkeiten des Werbemittels Emotionen und Markenwelten ähnlich wie bei einem Fernsehspot oder einer Printanzeige vermitteln – eine Eigenschaft, die bei rein textbasierten Online-Werbeformaten schwerfällt. Insbesondere für Reiseanbieter, aber auch beispielsweise für Konsumgüter- oder Automobilhersteller, ist ein umfassendes Email-Marketing-Programm daher ein wichtiger Eckpunkt eines erfolgreichen Online-Marketing-Mix. ■

eCircle

www.ecircle.com info@ecircle.com +49 (0)89 / 120 09-600

Deutschland:
eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München

Großbritannien:
eCircle Ltd.
5-9 Hatton Wall
London EC1N 8HX

Frankreich:
eCircle SARL
2, Cité Paradis
75010 Paris

Italien:
eCircle S.r.l.
Via San Gregorio, 40
20124 Milano

Über eCircle: eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für digitales Direktmarketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen - wie die Deutsche Post, Volvo, Thomas Cook, OTTO und Nintendo - vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 160 Mitarbeiter und ist mit eigenen Niederlassungen in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien vertreten.

© eCircle AG, November 2006