

Direct E-Mail: das ideale Instrument zur Steigerung des Abverkaufs im Internet

Wie airberlin seinen Ticket-Absatz steigert und gleichzeitig die Kundenbindung festigt



FACTS & FIGURES

Werbetreiber:

Air Berlin PLC & Co. Luftverkehrs KG

Produkt:

Flugreisen

Branche:

Tourismus

Media-Agentur:

Heye OMD

Kreativ-Agentur:

Rapp Germany

Kampagnenlaufzeit:

Jeweils kurzfristige Promotions, mehrmals pro Jahr

Zielgruppe:

Erwachsene im Alter von 25 bis 49 Jahren, HHNE > 2.500 €

„Die Direct E-Mail von United Internet Dialog hat sich für uns als ein sehr leistungsstarker Direktmarketing-Kanal für den schnellen Abverkauf von Ticket-Kontingenten und gleichzeitig als Tool für den Aufbau von dauerhaften Kundenbeziehungen erwiesen. Die Aktionen sorgen stets für deutlich mehr Traffic auf unseren Buchungsseiten und eine direkte Steigerung der Ticketverkäufe.“

Daniel Haisch, Vice President E-Commerce
Air Berlin PLC & Co. Luftverkehrs KG



DIE HERAUSFORDERUNG

airberlin positioniert sich mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis zwischen den klassischen Linienfliegern und den Low-Cost-Carriern. Die Fluggesellschaft hat ihr Streckennetz auch über Allianzen immer weiter ausgebaut, bietet inzwischen Verbindungen zu 162 Destinationen in 40 Ländern und spricht damit sowohl Privat- als auch Geschäftsreisende an. Für die Rentabilität ist dabei die Auslastung pro Strecke und Flug entscheidend.

Durch den gezielten Einsatz von abverkaufsorientierten Promotions soll der Traffic auf der Buchungsseite der Airline und damit der direkte Abverkauf begrenzt verfügbarer Flugtickets innerhalb kurzer Zeit gesteigert werden.

DIE ERFOLGSGESCHICHTE

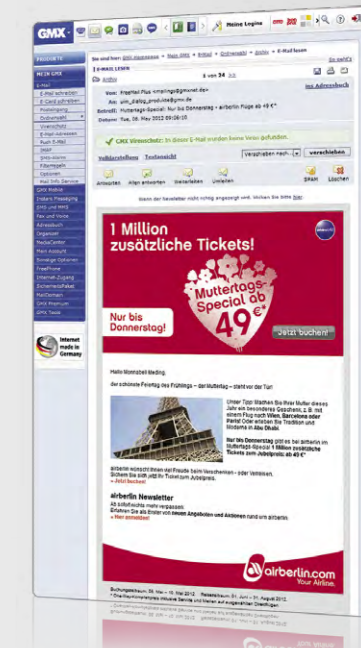
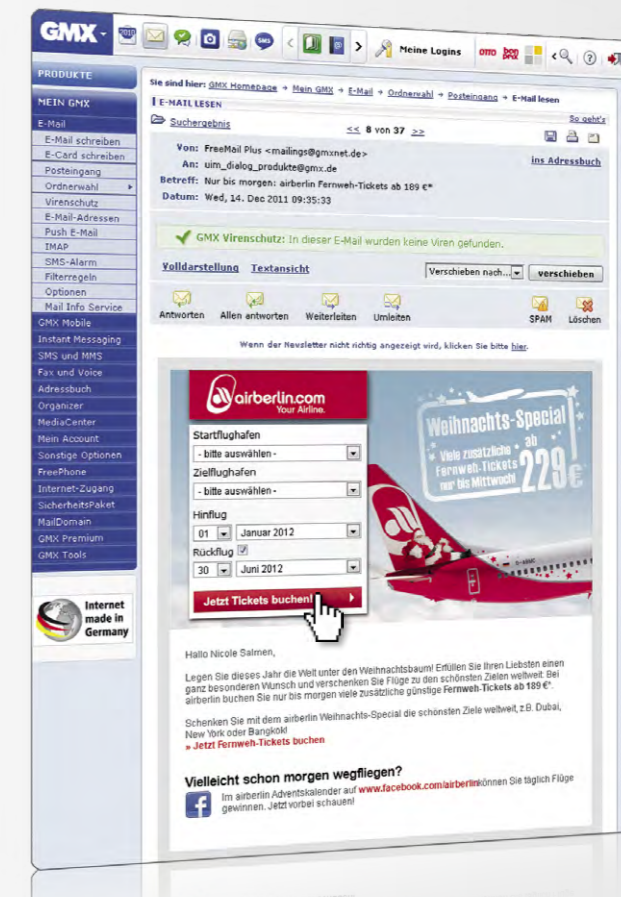
Für die Marketing-Ziele von airberlin bietet United Internet Dialog mit der Direct E-Mail das ideale Instrument. Über den Stand-Alone-Newsletter an die GMX FreeMail Plus-Nutzer kann jede beliebige Botschaft angesteuert werden – zielgruppenoptimiert und individuell aufbereitet.

// Der Versand erfolgt jeweils an **1,6 Millionen GMX FreeMail Plus-Nutzer in Deutschland**, die aktiv ihr Einverständnis für die Zustellung von Werbe-Mails gegeben haben.

// Durch die umfangreichen Gestaltungsmöglichkeiten gestaltet werden: Über die angelegte Flugsuchfunktion gelangt der Nutzer mit einem Klick auf die Buchungsseite und kann dort direkt die gewünschten Tickets buchen.

// Eindeutige Betreffzeilen sorgen für eine **hohe Wiedererkennung** der airberlin Direct E-Mail mit den Flugangeboten.

// Weitere Elemente sind die integrierten Social Media- und Newsletter-Funktionen, um mit den Nutzern in eine **dauerhafte Dialogbeziehung** einzusteigen.



DAS ERGEBNIS

Seit Beginn der Partnerschaft vor drei Jahren verzeichnet airberlin mit der Direct E-Mail Performance- und Verkaufserfolge auf konstant hohem Niveau:

// Eine hohe **Qualität der Empfängeradressen** und **Öffnungsraten von über 23 %** bewirken einen qualitativ hochwertigen und starken Trafficanstieg auf der airberlin Buchungsseite

// Die **Anzahl der Ticketverkäufe** kann durch die kurzfristigen Promotions stets **signifikant gesteigert** werden

// Darüber hinaus resultiert ein **starkes Branding** – durch Regelmäßigkeit der Maßnahme verankert sich die Marke im Relevant Set von immer mehr Flugreisenden

// Die einfache Abwicklung und das sichere Umfeld führen zu einer hohen Zufriedenheit beim Kunden und der Agentur