

Beacons für Maggi – eine tolle Idee!

CHEP
A Brambles Company

Maggi

Maggi gewinnt 24.000 neue Kunden in 5 Wochen

5 Wochen

Kampagne

9 SB-Warenhäuser

deutschlandweit

176.247 Kunden

in PAYBACK App eingeloggt

80.000 €

Kampagnen-Umsatz

+ 24,000

neue Kunden
für Maggi

Maggi testete für die „5 Minuten Terrine“ und andere Instantsuppen in 9 real Märkten eine neuartige Werbekampagne.

Die Zielgruppe der Kampagne waren Kunden, welche die PAYBACK App verwenden. Über eCoupons wurden auf der App mehr als einer Million Kunden Maggi-Produkte angepriesen. Die Angebote wurden Kunden im Supermarkt über die Beacon-Technologie in den Displays gezielt gesendet und zusätzlich über standortbezogenes Geofencing, welches sich an am Geschäft vorbeigehende Kunden richtet.

Für die Kampagne wurden potenzielle Kunden gemäß ihres Kaufverhaltens sorgfältig segmentiert. Zur Zielgruppe zählten hauptsächlich neue Kunden, die noch nie Maggi-Produkte gekauft hatten, und „verlorene“ Kunden, die im letzten Jahr nicht mehr nach Maggi gegriffen hatten.

Während der Kampagne sahen sich 176.247 Verbraucher die Promotion in der PAYBACK App an. Dies entspricht etwa 35 % der 500.000 potenziellen Kunden, die im Geschäft einkaufen gehen.

Auf diese Weise konnte Maggi für die beworbenen Produktlinien einen Umsatz von 80.000 € erzielen. Das ist mehr als ein Viertel der gesamten Verkäufe von Maggi-Produkten in diesen real Märkten. Das Ergebnis: Maggi gewann im Rahmen dieser Werbekampagne 24.000 neue Kunden. Die Hälfte der Verbraucher, die die Coupons einlöste, kaufte zwei oder mehr Produkte der Traditionsmarke.

Am höchsten waren die Umsätze bei den wichtigen Kundensegmenten, die zu Beginn der Kampagne definiert wurden.

Mit CHEPs innovativer Beacon-Technologie machen Sie Ihre Kampagnen smarter und verbessern das Einkaufserlebnis Ihrer Kunden. Kontaktieren Sie unsere Proximity Marketing-Experten unter: smartpromotions@chep.com

“

Wir hatten damit gerechnet, dass die Beacons höhere Produktverkäufe erzielen. Die tatsächlichen Ergebnisse haben unsere Erwartungen jedoch weit übertroffen. Die Technologie ist äußerst vielversprechend, nicht nur was Umsätze angeht. Für die Kunden wird das Einkaufserlebnis viel persönlicher und sie fühlen sich aktiver eingebunden.

- Maggi

CHEPs Beacon-Technologie

So profitiert Ihr Unternehmen von unserer neuen Technologie

CHEP
A Brambles Company

Maggi

Ein kleiner Beacon für Maggi...

Die Markentreue bei günstigen Fertigerichten ist erfahrungsgemäß relativ unbeständig. Wenn für uns als Kunden zwei Marken kaum unterscheidbar sind oder die neue Marke besser erscheint, wechseln wir unter Umständen zu dem neuen Produkt. Unsere Loyalität zur bisherigen Marke sinkt, bzw. wir ändern unser Kaufverhalten. Besonders Fertigproduktmarken wie Maggi können aufgrund dieses wechselhaften

Verbraucherverhaltens schnell Marktanteile verlieren.

Daher entschied sich Maggi für eine besondere Taktik: Das Unternehmen untersuchte die Auswirkungen neuartiger digitaler Promotionen auf das Kundenverhalten und konnte so neue Kunden gewinnen und die Loyalität früherer Kunden wiedererlangen.



Unsere CO₂-neutrale CHEP-Viertelpalette enthält einen integrierten Beacon mit BLE-Funktion (Bluetooth Low Energy)



Der Beacon wird mit der Aktionsware auf der Palette „verheiratet“, bevor die Palette an die Filiale geliefert wird



Sobald sich Kunden in einem Umkreis von ca. 1-3 Metern des Displays befinden, erhalten sie eine gezielte, relevante Push-Benachrichtigung



Über die entsprechende App (z.B. Payback, Händlerapp, Herstellerapp) erhalten Kunden außerdem digitale Gutscheine und Angebote auf ihr Handy



An der Kasse können sie dann das Angebot bzw. den Gutschein einlösen

Der Beacon

Beacons sind winzige Funksender, die in unsere CO₂-neutrale CHEP-Viertelpalette integriert werden. Sobald sich Ihr Kunde der Palette nähert, sendet der Beacon eine Push-Nachricht über dessen Smartphone App.

Definieren Sie Ihre Promotionen neu und bieten Sie Ihren Kunden ein komplett neues Einkaufserlebnis.

Kontakt: smartpromotions@chep.com

