

Migros Cumulus | Kundenprogramm Personal Care 2014

Aufgabenstellung

Migros soll erste Anlaufstelle beim Kauf von Personal Care-Produkten werden. Deshalb wird ein mehrstufiges Kundenbearbeitungsinstrument im Rahmen einer ganzheitlichen Direktmarketingstrategie aufgebaut.

Das Image und die emotionale Bindung von Migros in Bezug auf Personal-Care-Produkte soll gestärkt werden, mit dem Ziel, Umsatz und Frequenz zu steigern und den Warenkorb zu erweitern.

Lösung

Das saisonale Multibrand-Mailing, in einer Auflage von 250 000, ist Teil einer 3-teiligen Marketingmassnahme. Die vier auf das Einkaufsverhalten der Kundin abgestimmten Coupons führen zu einem profitableren Kundenverhalten. D.h. Frequenzsteigerung, Vergrösserung des Warenkorbes, inklusive Sub-Category und Upselling.

Es besteht eine Auswahl von 13 teilnehmenden Lieferanten mit 64 Angeboten in 26 verschiedenen Marken. Dies ergibt 26 720 Varianten der individualisierten Angebotskombinationen. Diese werden mit einem einleitenden Brieftext für Frau oder Mann, persönlicher Ansprache und redaktionellem Teil mit Beauty & Care-Themen, je nach Saison und Kaufverhalten des Kunden, abgestimmt.

Ergebnis

- 12% Rücklaufquote.
- 8,3% Mehrumsatz pro Haushalt.
- 46% Mehrumsatz.
- Kunden der Zielgruppe haben 1,6 Angebote eingelöst.
- Es konnte eine Steigerung von Top-Kunden erreicht werden.

Das als Selfmailer versendete Mailing ist **alles in einem**: Brief, Couvert und integriertes Heft.

Vier Themen wurden redaktionell ohne Branding für den Kunden aufbereitet (Haarpflege, Hautpflege, bleib gesund, Wellness). Somit ist das Mailing **auf keine Marke beschränkt**. So können im Sommer Sonnencreme und im Winter Taschentücher beworben werden.



Im **Einleitungsbrief** wird die Kundin **persönlich angesprochen**.

Die wenigen angeschriebenen Männer wurden durch einen extra auf sie abgestimmten Einleitungsbrieftext angesprochen.



Das integrierte **Heft** informiert **produktneutral** mit Tipps und Tricks, die zur Jahreszeit passen.

Die Kundin ist **auf dem neusten Stand** und wird rechtzeitig erinnert, dass mit der neuen Jahreszeit auch eine neue Pflege-Saison beginnt.



Jede Kundin erhält eine **individuell** auf sie abgestimmte, nach ihrem bisherigen **Kaufverhalten** getroffene Auswahl von Rabatt-Coupons zum Herausstreifen und Einkaufen.

