

# TRAVELZOO®

Qualitativ hochwertige Neukundengewinnung mit der Inbox Ad

Wie die Inbox Ad reiseinteressierte User inspiriert, sich bei Travelzoo® zu registrieren.

# TRAVELZOO®

## FACTS & FIGURES

**Werbetreibender:**  
Travelzoo®

**Produkt:**  
Online-Bewerbung von Reise-Deals

**Media-Agentur:**  
Direktkunde

**Kampagnenlaufzeit:**  
01.01.17 - 30.06.17

**Zielgruppe:**  
18 Jahre Plus

**Werbemittel:**  
Inbox Ad auf WEB.DE und GMX,  
GMX Österreich, freenet

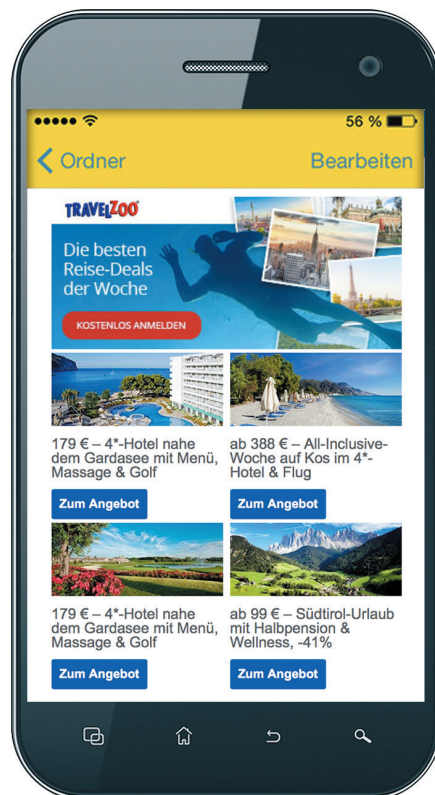
»Zur Gewinnung neuer Travelzoo®-Mitglieder haben wir uns für die Inbox Ad entschieden, die durch ihre exklusive Platzierung direkt sichtbar im Posteingang von WEB.DE und GMX für maximale Aufmerksamkeit sorgt. Wesentliche Erfolgsfaktoren der Online-Kampagne waren die Skalierbarkeit sowie die hohe Aktivitätsrate der neuen Travelzoo®-Mitglieder. Insgesamt konnten wir durch diverse Optimierungen die Leadanzahl um 28 % im Quartalsvergleich steigern. Ob Branding, Kundenakquise oder Abverkauf – die Inbox Ad bot uns größtmöglichen Spielraum und ist mittlerweile ein fester Bestandteil in unserem Mediaplan.«

Michael Gross, Partnership Manager,  
Travelzoo®

## DIE AUSGANGSLAGE

Travelzoo® bietet seinen 28 Millionen Mitgliedern Angebote aus erster Hand und einmalige Erlebnisse. Weltweit recherchieren die Deal-Experten nach herausragenden Angeboten und veröffentlichen nur die besten. Mit mehr als 25 Büros weltweit ist Travelzoo® bei ausgezeichneten Reise-, Unterhaltungs- und Lifestyle-Erlebnissen am Puls der Zeit. Seit mehr als 15 Jahren arbeitet Travelzoo® mit über 2.000 Top-Reiseanbietern zusammen. Die langjährigen Beziehungen ermöglichen Travelzoo® den Zugriff auf die besten Angebote.

**Aufgabe:** Ziel der Online-Kampagne war es, neue und aktive Travelzoo®-Mitglieder mit Interesse an Reise-Deals zu gewinnen. Im Vordergrund stand dabei die Anmeldung für den wöchentlichen „Top 20“-Newsletter.



← Inbox Ad auf WEB.DE Mobile

## DIE REALISIERUNG

Zur Umsetzung der Online-Kampagne entschied sich Travelzoo® wieder für die Inbox Ad, die seit langem ein fester Bestandteil des Mediaplans ist. Durch diverse Kampagnen-Optimierungen und Tests wurde die Zusammenarbeit mit United Internet Media intensiviert und die Kampagne im 1. Quartal 2017 auf den Portalen WEB.DE, GMX und freenet device-übergreifend ausgebaut.

### Was macht die Inbox Ad aus?

- Die Inbox Ad wird in rund 30 Mio. Postfächern von GMX und WEB.DE sowie in rund 4 Mio. Postfächern bei freenet.de exklusiv und direkt im Posteingang der FreeMail-Nutzer angezeigt und sorgt damit für maximale Reichweite und Aufmerksamkeit.
- Durch den Einsatz von Quality Targeting von United Internet Media kann das Werbemittel gezielt an die gewünschte Zielgruppe ausgesteuert werden.
- Da die Inbox Ad sich nicht nur auf dem Desktop, sondern gezielt auch auf Mobile Devices ausspielen lässt, entsteht durch die jeweils optimierte Integration ins Postfach eine besonders positive Awareness.

Für die Travelzoo®-Kampagne kamen von Anfang an Multi-Screen-Werbemittel zum Einsatz, die Mithilfe des Inbox Ad Baukastens erstellt wurden.

In enger Abstimmung mit Travelzoo® wurde die Kampagne intensiv analysiert und kontinuierlich verfeinert. Neben Optimierungen der Templates, Betreffzeilen oder des Frequency Cappings kamen auch verschiedene Datenpunkte zum Einsatz: Durch First und Second Party Data wurden individuelle Aktivitäts-Segmente gebildet sowie Conversions und Bestandskunden kontinuierlich ausgeschlossen. Die Learnings wurden schließlich auf die Portale in Österreich übertragen.

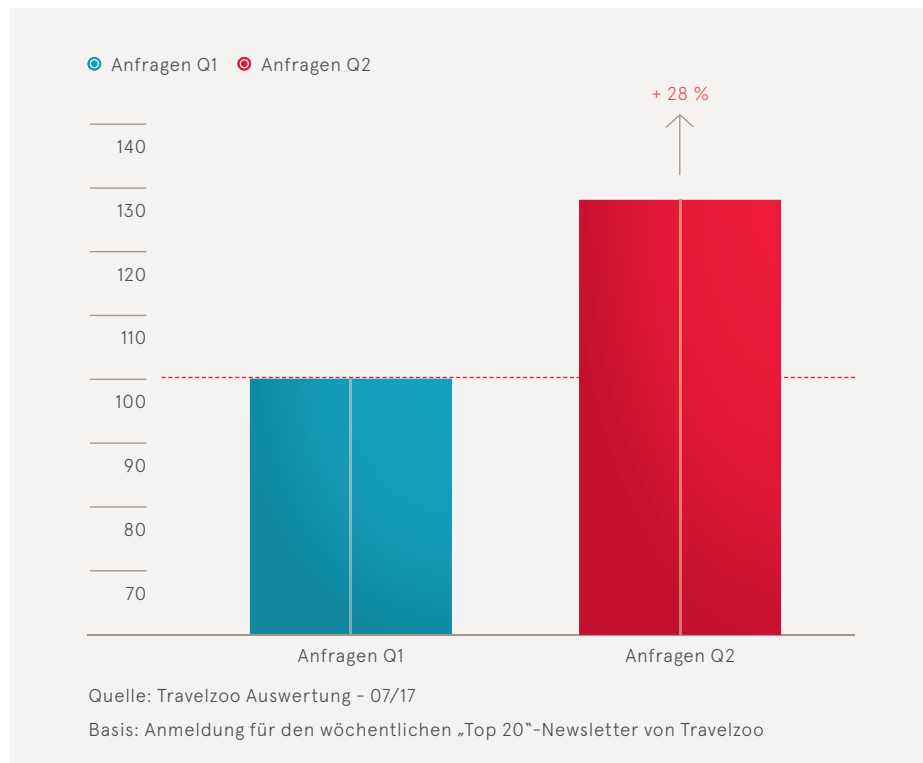
## DIE ERGEBNISSE

Mithilfe der Inbox Ad gelang es in kürzester Zeit eine hohe Anzahl von qualitativ hochwertigen neuen Travelzoo®-Mitgliedern zu gewinnen. Die Anzahl der Leads konnte durch kontinuierliche Tests und Optimierungen von Q1 auf Q2 um 28 % gesteigert werden. Die generierten Anmeldungen wiesen eine konstant überdurchschnittliche Aktivität auf.

## DAS FAZIT

Das Kampagnenziel war, möglichst viele neue Mitglieder zu gewinnen, die ein besonders hohes Engagement für die Travelzoo-Produkte aufweisen. Dies wurde mit der skalierbaren Inbox Ad auf überzeugende Weise erreicht. Das Format war auf allen Devices erfolgreich und ist inzwischen ein fester Bestandteil des Mediaplans von Travelzoo®.

### ↓ Steigerungsrage qualifizierter Travelzoo®-Mitglieder



← Inbox Ad auf GMX

