



# Ideen Für Erfolgreiche Weihnachtskampagnen

mit ProCampaign®



# + Was Findest Du In Diesem Whitepaper?

Alle Jahre wieder...

ist die Vorweihnachtszeit für die meisten von uns eine der wichtigsten Geschäftszeiten des Jahres. Kreative Kampagnen und Newsletter sind das A und O um mehr Umsatz zu machen. Aber auch für den Aufbau von Markenbewusstsein und Kundenbindung sind ansprechende Weihnachtskampagnen hervorragend geeignet.

Umso wichtiger ist es mit der Planung der Kampagnen frühzeitig, aber spätestens Mitte des Jahres zu beginnen. Ein authentischer Auftritt der zum Markenbild passt, ist der Schlüssel zum Erfolg um Umsatz und Markenbekanntheit/Markenbindung durch ansprechende Weihnachtskampagnen zu steigern.

Im November öffnen normalerweise die Weihnachtsmärkte ihre Türen und die ersten Weihnachtsgeschenke für die Liebsten werden bestellt. Die Menschen besorgen ihre Weihnachtseinkäufe jedes Jahr früher. Sich also erst kurz vor oder während des Weihnachtsfestes um die Weihnachts-Kampagnen und /-E-Mails zu kümmern, wäre viel zu spät und verschenktes Potenzial

Dieses Whitepaper geht auf die DOs und DON'Ts von Weihnachtskampagnen ein und stellt eine Sammlung inspirierender Ideen für Marketing-Kampagnen zu Weihnachten vor, die sich alle mit ProCampaign® leicht umsetzen lassen!

Viele AHA-Momente bei der Lektüre wünscht das Zukunftsthemen-Team von ProCampaign®.

## UNSER ERFOLGSGEHEIMNIS

Unsere Marketingspezialisten beraten weltweit führende Marken, die ProCampaign® Marketing Cloud nutzen, um über 150 Millionen Kundenprofile aus Kampagnen in mehr als 50 Ländern zu managen.

# INHALT

- S4 Erfolgreiche Weihnachtskampagnen
- S7 Personalisierte Grüße
- S8 Personalisierte Gutscheine Für Deine Produkte
- S9 Adventskalender-Kampagne
- S10 Wettbewerb Mit Nutzergenerierten Inhalten
- S11 Rückblick Auf Das Jahr
- S12 Weihnachtspuzzle
- S13 Tue Gutes Und Spreche Darüber

# Erfolgreiche Weihnatskampagnen

## Das solltest du auf jeden Fall tun

Was du tun solltest: nur Gutes und davon eine ganze Menge.

Auf jeden Fall beginnst du rechtzeitig mit der Planung und auch Umsetzung.

Sag DANKE. DANKE für deine Aufmerksamkeit, DANKE für dein Engagement, DANKE fürs Teilen und DANKE fürs Kaufen.

Dir fallen bestimmt noch viel mehr Gründe ein, einfach auch mal DANKE zu sagen.

(Übrigens DANKE, dass du das hier gerade liest 😊)

Natürlich hast du grundsätzlich eine Story in deiner Customer Journey. Du lässt deine Interessenten, Leads und Kunden ja nicht einfach durch deinen Content stolpern. Du hast sicher einen roten Faden und führst deine Audience zielsicher durch deine Marken- und Produktwelt.

Und vor allem bietest du in jedem Schritt einen Mehrwert. Und nein, damit ist nicht gemeint, dass du in deinem Bereich immer der Billigste bist. Ganz im Gegenteil, der Preis ist oft das letzte, warum jemand nicht bei dir kauft.

Aber vielleicht hat er den Mehrwert in deinem Angebot nicht erkannt oder deine Marke nicht verstanden.

## DOs für erfolgreiche Weihnatskampagnen

- Authentischer Auftritt mit Storytelling
- Frühzeitige Planung
- Danke sagen
- Mehrwert bieten



## DON'Ts für erfolgreiche Weihnachtskampagnen

- Zu früher GO Live
- Übertriebener Auftritt
- Nicht auf Zielgruppe anpassen

## Erfolgreiche Weihnachtskampagnen

### Das solltest du auf keinen Fall tun

Klar, zu früh mit einer Weihnachtskampagne rauszugehen ist auch nicht optimal.

Deine Planung sollte auf jeden Fall so früh wie möglich abgeschlossen sein. Der GO Live kann sinnvoll ab Mitte Oktober langsam starten und spätestens ab dem 01. November solltest du richtig Vollgas geben.

Ab Mitte Dezember sind viele schon im Weihnachtsurlaub und haben ihre Einkäufe auch schon lange erledigt.

Richtig daneben greifst du natürlich, wenn du eine übertriebene und alles bestimmende Kommunikation mit ausladenden Key Visuals fährst und dann noch voll an deiner Zielgruppe vorbei läufst. Es sei denn, du bist Coca Cola....

Da du aber ja ein ausgewachsenes CRM bedienst, weißt du ja auf jeden Fall, wie dein Markt tickt.

Falls nicht, spreche uns gerne frühzeitig auf das Thema Targeting an. Auch damit kennen wir uns richtig gut aus.

# Inspirierende Ideen Für Weihnachtskampagnen

## Personalisierte Grüße

In der Weihnachtszeit gibt es viele Momente, sinnvolle Weihnachtskommunikation zu versenden: Von den vier Adventssonntagen über den Nikolaustag bis hin zum Heiligabend. Diese Anlässe sind vor allem für B2C-Unternehmen ideal, um für besondere Produkte oder Rabatte zu werben. Aber auch für Organisationen, die eine persönliche Beziehung zu Newsletter-Abonnenten aufbauen wollen, gibt es hier genug Potential.

## Vorteile:

- Besondere vorweihnachtliche Aktion
- Soziales/gesellschaftliches Engagement
- Aufbau von Markentreue

## Start:

- Kurz vor oder während der Feiertage – „Nikolaus“
- Adventssonntage
- Weihnachtstage
- Silvester

## Inhalt:

- Wünsche für die Feiertage
- Danksagung für die Treue

## Häufigkeit:

- Variabel





# Inspirierende Ideen Für Weihnachtskampagnen

## Personalisierte Gutscheine für deine Produkte

Motiviere bestehende Kunden, ihre Weihnachtsgeschenke in deinem Shop zu kaufen, indem du personalisierte Gutscheine für deine Produkte oder deinen Online-Shop versendest.

Durch die Verwendung von Countdowns in deinen E-Mails schaffst du ein größeres Gefühl der Dringlichkeit und ermutigst deine Kunden so noch mehr, deine Produkte innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens zu kaufen.

### Vorteile:

- Kaufanreize schaffen und Umsatz steigern
- Markenbekanntheit steigern

### Start:

- Anfang bis Mitte November

### Inhalt:

- Geschenkideen
- Gutscheincodes
- Countdown für bestimmte Angebote
- Erinnerung an die Einlösung des Gutscheins

### Häufigkeit:

- Variabel



# Inspirierende Ideen Für Weihnachtskampagnen

## Adventskalender-Kampagne

Ein Adventskalender ist nicht nur für Kinder ein fester Bestandteil der Weihnachtszeit. Er ist auch ein sehr effektives Instrument, um deine (potenziellen) Kunden anzusprechen. Das Spektrum der Adventskalender-Aktionen reicht von einfachen E-Mail-Kampagnen bis hin zu umfangreichen Gewinnspielen mit täglichen Verlosungen. ProCampaign® hilft dir dabei, alle diese Aktionen zu realisieren.

Beispiel für eine einfache Kampagne: Du versendest ein Einführungsmailing, in dem du die Adventskalender-Aktion erläuterst und bewirbst deine Aktion auf deiner Website, im Online-Shop, im TV und anderen Kanälen. Ab dem 1. Dezember versendest du in der von dir gewählten Häufigkeit Mailings mit speziellen Produktangeboten. Du kannst eine solche E-Mail täglich oder wöchentlich (z. B. für die Adventssonntage) verschicken.

### Vorteile:

- Aufmerksamkeit und Markenbewusstsein stärken
- Engagement

### Start:

- Ende November mit einer Einleitung

### Inhalt:

- Sonderangebote für deine Produkte
- Besondere Grüße

### Häufigkeit:

- Jeden Tag in der Adventszeit
- Jeden Adventssonntag

1		2		18		22		21		10	
9		13		7		3		23		8	
6		5		4		24		11		12	
19		4		4		16		17		15	
								20		14	
								4			





# Inspirierende Ideen Für Weihnachtskampagnen

## Wettbewerb mit nutzergenerierten Inhalten

Erstelle eine Kampagne, die deine (potenziellen) Kunden dazu ermutigen, nutzergenerierte Inhalte hochzuladen, wie z.B. Fotos der Weihnachtsdekoration, des Weihnachtsbaums oder anderer Dinge - am besten in Verbindung mit deinen Produkten oder deiner Marke.

Dies regt die Verbraucher dazu an, sich mit deiner Marke auseinanderzusetzen und erhöht deinen Bekanntheitsgrad.

Diese Kampagne kann sehr gut über mehrere Kanäle geplant werden. Beziehe deine Social-Media-Kanäle mit ein und fordere deine Abonnenten auf, Fotos oder Videos auf deiner Website hochzuladen.

Alle Teilnehmer oder eine Jury aus deinem Unternehmen können dann über das Siegerfoto abstimmen. Alternativ kann der Gewinner auch per Zufall durch eine Verlosung in ProCampaign<sup>®</sup> ermittelt werden.

Der Gewinner erhält einen Gutschein für deinen Shop oder einen anderen Preis.

## Vorteile:

- Aufmerksamkeit und Markenbekanntheit
- Interaktion
- Gamification



### Start:

- Mitte November / Anfang Dezember

### Inhalt:

- Ankündigung der Aktion, Möglichkeit zur Abstimmung
- Gewinner-E-Mail

### Häufigkeit:

- Variabel



# Inspirierende Ideen Für Weihnachtskampagnen

## Rückblick auf das Jahr

Die Silvesternacht beendet ein aufregendes Jahr und läutet ein Neues ein.

Eine gute Gelegenheit, um einen Jahresrückblick an deine Abonnenten und Kunden zu senden. Das kannst du auch sinnvoll mit einer Umfrage kombinieren.

Highlights, Empfehlungen, Informationen, ein Rückblick auf das vergangene Jahr - all das sind Inhalte, die sich ideal für ein solches Mailing eignen. Es kann auch sinnvoll sein, Pläne und Termine für das kommende Jahr mitzuteilen.

Um den Jahresrückblick noch persönlicher zu gestalten, kannst persönliche Informationen deiner Kunden in einen personalisierten Rückblick einfließen lassen (z.B. gekaufte Produkte, Teilnahme an Veranstaltungen, etc.)

### Vorteile:

- Steigerung der Loyalität und des Markenbewusstseins
- Kontaktpflege mit Kunden

### Start:

- Nach Weihnachten, vor/nach Silvester

### Inhalt:

- Highlights des vergangenen Jahres
- Wünsche oder Pläne für das neue Jahr
- persönliche Informationen

### Häufigkeit:

- Variabel



# Inspirierende Ideen Für Weihnachtskampagnen



## Weihnachtspuzzle

Interaktivität inspiriert viele Empfänger. Errege die Aufmerksamkeit deiner Abonnenten mit kleinen Rätseln und rege sie zu mehr Action in deinen Newslettern an.

Fordere deine Kunden zum Beispiel mit einem speziellen Weihnachtsrätsel, wie einem Bilderrätsel, heraus. In einer Mailingsequenz könntest du immer einen anderen kleinen Teil eines Bildes zeigen und den Abonnenten raten lassen, was darauf zu sehen ist.

Kündige an, dass du die Lösung des Rätsels zu einem bestimmten Zeitpunkt mitteilen wirst, so dass deine Empfänger deine E-Mails regelmäßig öffnen und lesen werden.

### Vorteile:

- Erhöhung der Interaktion und des Markenbewusstseins
- Gamification



### Start:

- Anfang Dezember

### Inhalt:

- Ankündigung des Weihnachtsrätsels
- Verschiedene Teile des Rätsels



### Häufigkeit:

- Variabel / Wöchentlich





# Inspirierende Ideen Für Weihnachtskampagnen

## Tue Gutes und spreche darüber

Eine weitere Möglichkeit, das Markenbewusstsein zu steigern und soziale Verantwortung zu zeigen, besteht darin, einen Teil des Geldes an Bedürftige zu spenden und dies in personalisierten E-Mails deutlich zu kommunizieren.

Dies könnte auch zu einer kompletten Spendenkampagne ausgeweitet werden, bei der auch die Kunden zur Teilnahme aufgefordert werden und durch Aktivität die Spendensumme erhöhen können. Die Kampagne wird natürlich per E-Mail angekündigt und der Verlauf kann regelmäßig kommuniziert werden.

### Vorteile:

- Steigerung der Markenbekanntheit
- Dokumentation sozialer Verantwortung

### Start:

- Anfang Dezember

### Inhalt:

- Ankündigung der Spendenkampagne
- Updates zum Verlauf der Kampagne
- Übergabe

### Häufigkeit:

- Variabel





# Marketing Automation Ist Der Schlüssel Zum Erfolg

Nach und nach baust du durch Marketing Automation fesselnde und interaktive Omnichannel-Kampagnen auf und steuerst sie zentral durch.

Leadstrecken, User Journeys oder die Kommunikation während eines Gewinnspieles wird dank Automation spielend leicht. Die Kommunikation passt sich automatisch an den gesammelten Informationen an. Das individuelle Engagement wird in der Ansprache berücksichtigt.

Dafür braucht es zentrale 360°-Profile, die eine komplette Sicht auf jede/n einzelne/n Kund:innen und Lead ermöglichen und die Insights für alle Aktionen zur Verfügung stellen.

## QUICK AND DIRTY:

Marketing-Automation, auch Marketing-Automatisierung genannt, ist eine softwaregestützte Methode um Marketing- und Vertriebsprozesse zu automatisieren. Dabei werden Nutzerprofile basierend auf deren Nutzerverhalten mit Informationen angereichert, um automatisierte Kampagnenprozesse für individuelle Kommunikation einzurichten. Ein Ziel von Marketing-Automatisierung besteht darin, die Zahl potenzieller, qualifizierter Neukunden zu erhöhen.

Quelle: wikipedia.org



**LLOYD**

GERMANY

"ProCampaign® ist für LLOYD Shoes ein umfassendes E-Mail-Marketing-Tool, das mit den Lösungen der „großen Player“ am Markt gewiss mithalten kann und zudem Weitblick auf der Verknüpfung der Online-Welt mit dem stationären Handel präsentiert. Die Artikeldaten-Integration im Newsletter-Editor spart uns massiv Zeit bei der Erstellung..“

Christin Susan Bugrahan, Online Marketing Managerin LLOYD Shoes



„Wir möchten unsere digitalen Klone qualifizieren, das heißt, wir möchten wissen: Wer ist an uns interessiert? Wer nimmt an Gewinnspielen teil? Wer kauft unsere Produkte? Wer gibt Feedback, wer schaut sich unseren Content an? So wollen wir unsere digitalen Profile so nah wie möglich an den echten Kunden anpassen. Das alles natürlich im Kontext der DSGVO.“

Magnus Voss, Team Lead Digital Marketing BU Brand bei DMK

# Die Sicherste Und Flexibelste Plattform Für Kundendatenmanagement Und Kundenbindung

- 360°-Profile B2C CRM/ Customer Data Management
- Permission- / Logon-Management
- Marketing Process Automation
- Newsletter- / SMS-Marketing
- Loyalty-Campaigns
- Community-Management
- Reporting & Analytics
- Preference Center
- Service Desk
- REST-API





# ProCampaign®

## Okay und was jetzt?

Überzeuge dich einfach selber von den vielen Vorteilen und der einfachen Nutzung von ProCampaign®. Vereinbare am besten noch heute einen Demo-Termin mit uns und wir zeigen dir Kampagnen Ideen für deine Lovebrand.

[www.procampaign.de](http://www.procampaign.de)

Dein Kontakt:  
ProCampaign® Team  
+49 (0) 421 33388-0  
[sales@procampaign.net](mailto:sales@procampaign.net)

Consultix GmbH  
Wachtstr. 17-24  
28195 Bremen  
Deutschland

Vertretungsberechtigt: Andres Dickehut  
Telefon: +49 421 333 88-0  
Fax: +49 421 333 88-33  
E-Mail: [info@consultix.net](mailto:info@consultix.net)

Eingetragen in Bremen  
Amtsgericht Bremen: HRB 15 5 48  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 165029550