

neckermann.de Kampagne versilbert

21.06.2007, 15:32 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *neckermann.de GmbH*

Versandhändler mit Mailingtage Award ausgezeichnet

Frankfurt a. M., 20. Juni 2007 - Für die mehrstufige Email-Kampagne „Sommer-Gewinnspiel“ hat neckermann.de den Mailingtage-Award in der Kategorie „Beste Email-Kampagne“ in Silber gewonnen. Verliehen wurde der Preis am 13. Juni im Rahmen der 8. Mailingtage in Nürnberg. Die Jury aus Werbe- und Marketingexperten würdigte besonders das differenzierte Konzept, mit dem neckermann.de Kunden je nach Abonnentenlebenszyklus und –aktivität individuell angesprochen hat.

Ziel der Sommer-Gewinnspiel-Kampagne war es, Newsletter-Abonnenten zu aktivieren und für ihre Treue zu belohnen. Mit dem Sommer-Gewinnspiel haben neckermann.de und mission one erstmals die Verbindung zwischen Abonnentenlebenszyklus und Abonnentenaktivität für die individuelle Kundenansprache genutzt: Im Rahmen eines mehrstufigen Gewinnspiels erhielten die Kunden je nach Abonnementdauer und aktuellem Verhalten unterschiedliche Inhalte und Incentivierungen.

„Die Kampagne war mit ihrer individuellen Ansprache und dialogorientierten Herangehensweise bei den Kunden sehr erfolgreich“, so Torsten Waack, Mitglied der Geschäftsleitung der neckermann.de GmbH. „Es freut uns, dass sie nun mit dem Mailingtage Award auch durch das Fachpublikum entsprechend gewürdigt wird.“

Die Mailingtage Awards werden jährlich in den Kategorien Offset, Digitaldruck und Email für die besten Mailings verliehen.

Für Rückfragen zum Onlineshop
consense public relations GmbH
Nina Gmeiner/ Birgit Krüger
Nymphenburger Straße 86
80636 München
Fon: 089 / 23 00 26 55
neckermann@consense-pr.de

Portrait

Über die neckermann.de GmbH:

Die neckermann.de GmbH, Frankfurt a. M., ist mit einem Umsatz von über einer Milliarde Euro einer der größten Versandhändler in Deutschland. Die Gruppe beschäftigt inklusive Tochtergesellschaften in neun Ländern Europas rund 5.000 Mitarbeiter. Als Multichannel-Versand bietet neckermann.de Kunden vielfältige Bestellmöglichkeiten: Über Katalog, Internet, Telefon oder eine mobile Applikation kann aus einem Sortiment von 140.000 Produkten ausgewählt werden. neckermann.de erwirtschaftet rund 40 Prozent des Unternehmensumsatzes über den Online-Shop. Für seine

Innovationskraft wird neckermann.de regelmäßig ausgezeichnet, unter anderem mit dem Titel Bester Online-Shop (2003 und 2004) oder dem Konzept-Award für die erste dialogorientierte Shopping-Suchmaschine www.n-express.de (2006). Im Mai 2007 erhielt das Unternehmen den intermedia-globe Silver Award und wurde unter die TOP 10 der kundenorientiertesten Dienstleister 2007 gewählt.

News-ID: 142233 • Views: 1839 (Stand: 05.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/142233/neckermann-de-Kampagne-versilbert.html>