Newsletter & Brand Zone | Case study

Jak Elem6 zvýšil návštěvnost brand zóny o 158 % díky Heureka newsletteru?

Výzva: víc návštěvníků brand zóny, silnější značka

Elem6 je dynamicky rostoucí značka, která rozšiřuje své portfolio napříč různými kategoriemi. Cílem bylo **dostat více relevantních uživatelů přímo do brand zóny a tematických koutků na Heurece** – tam, kde mohou zákazníci objevovat celý sortiment.

Tím chtěla značka posílit povědomí o svých produktech a upevnit svou pozici na trhu.

Strategie: newsletter, který přivedl zákazníky přímo ke značce

Spojili jsme propagaci brand zóny s **cíleným newsletterem Heureky**, který oslovuje širokou databázi aktivních uživatelů.

V kampani jsme **neodkazovali jen na jednotlivé produkty**, ale také přímo na brand zónu a tematické koutky značky.

Díky tomu jsme dokázali **zvýšit zájem o celý sortiment** a přivést zákazníky blíž značce Elem6.

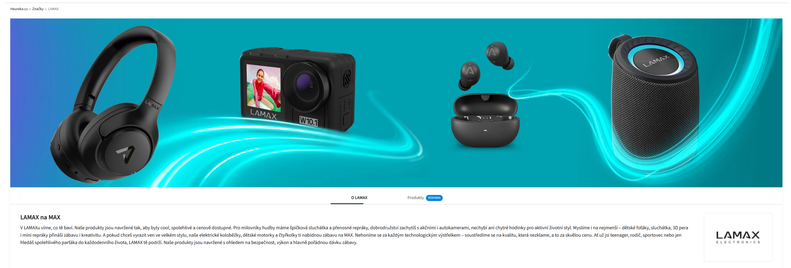
Výsledky: více návštěvníků, vyšší zapojení, silnější značka

- Český trh: newsletter oslovil **180 000 uživatelů**, z toho **69 000 e-mail otevřelo** a **CTR dosáhlo 0,7 %**.
- Slovensko: zasáhli jsme **96 000 uživatelů, 42 000** otevření a **CTR 0,6 %**.

Díky propojení newsletteru s brand zónou se podařilo **výrazně navýšit návštěvnost**:

- **+99 % v ČR** oproti předchozímu období,
- a dokonce **+158 % na Slovensku!**

- Na brand zónu kliklo 12,62 % oslovených uživatelů v ČR a 11,16 % na Slovensku – jasný důkaz, že strategie zafungovala a přinesla značce Elem6 nové zákazníky i větší zájem o celý sortiment.





158 %
nárůst návštěvnosti Brand zóny

12,62 %
lidí se z e-mailu proklikne přímo na Brand zónu

180 000 lidí
osloveno naším newsletterem

heureka! ads

LAMAX ELECTRONICS