

Wie **PUMA** durch Kundenempfehlungen seinen ROI um das **6-Fache** steigert

Durch die Zusammenarbeit mit Mention Me führte die ikonische Sportmarke ihre Empfehlungsprogramme innerhalb von nur neun Monaten erfolgreich in sechs europäischen Märkten ein.



Deine Bestellung wurde
erfolgreich abgeschlossen.
Vielen Dank, Cathryn.

**Sichere dir 20 % Rabatt und
teile ihn mit einem Freund!**

Empfehle einfach einen Freund und erhalte
deine Belohnung!

Unser Empfehlungsprogramm wird von Mention Me betreut. Sie verarbeiten deine
Daten und senden dir relevante E-Mails zum Service. Mehr Informationen zu
deinen Datenschutzrechten.

Sichere dir 20 % Rabatt

POWERED BY MENTION ME

PUMA wollte seine Fangemeinde zu einem zentralen Wachstumstreiber im D2C-Kanal machen und stark wachsen.

Dank der Einführung durch Emarsys schloss PUMA eine Partnerschaft mit Mention Me, um neue Kunden zu gewinnen, die Markenbindung zu stärken und die **Kundenloyalität zu erhöhen**.

Innerhalb von nur 36 Tagen startete PUMA Empfehlungsprogramme in sechs zentralen europäischen Märkten.

Das Programm begann mit einer Anlaufphase, in der Empfehlungen gezielt an wichtigen Touchpoints beworben wurden. Gleichzeitig deaktivierte PUMA konkurrierende Aktionen und führte A/B-Tests in verschiedenen Kundengruppen durch.

Eine interessante Erkenntnis:

Deutsche und französische Kunden verschenken Empfehlungsprämien lieber, während englischsprachige Kunden sie bevorzugt selbst nutzen.

Nach der erfolgreichen Einführung in weiteren 19 Ländern erwies sich dieser maßgeschneiderte Ansatz als entscheidend. Er maximierte die Kundenaktivität und **steigerte die Empfehlungsrate** in jeder Kampagne.

Durch Empfehlungsmarketing aktiviert PUMA bestehende, engagierte Kunden. So erreichen wir eine größere Zielgruppe, **gewinnen neue Kunden und bringen neues Wachstum** in den E-Commerce.



“Nach rund neun Monaten der Optimierung unseres Empfehlungsprogramms begann **unser Wachstum rasant zu steigen ... Mention Me unterstützt unsere Geschäftsziele und hilft uns, steigenden Kosten für bezahlte Medien und Kundengewinnung entgegenzuwirken.**”



David Witts

Senior CRM Manager E-Commerce
Europe, PUMA

Wie Empfehlungen den Customer Lifetime Value steigerten und die Kosten über PUMAs Marketingkanäle hinweg senkten.

PUMA hat Mention Me in Emarsys, seine CRM-Plattform, integriert. So entstehen nahtlose Customer Journeys, die die Empfehlungsraten steigern – etwa durch gezielte Erinnerungen an Prämien und Anreize zur Weiterempfehlung.

Gleichzeitig liefert diese **intelligente Verbindung** wertvolle First-Party-Daten (direkt vom Kunden erhaltene Daten) in Echtzeit direkt ins CRM. Dadurch entsteht eine umfassendere Datenbasis, die neue strategische Einblicke ermöglicht.

Mit diesen Einblicken kann PUMA seine Zielgruppen noch gezielter segmentieren und ansprechen – basierend auf einem tieferen Verständnis für das Kundenverhalten, einschließlich Interaktionsmustern und Phasen der Kundenempfehlung.

Im Gegensatz zu bezahlten Werbekanälen bringt PUMAs Empfehlungsprogramm **kontinuierlich hochwertige Kunden**. Empfohlene Neukunden haben eine viermal höhere Wahrscheinlichkeit, selbst Empfehlungen auszusprechen. Das sorgt für nachhaltiges Wachstum ohne unerwartete Kosten.

Heute arbeiten wir weiter daran, die Performance von PUMAs Marketingkanälen **fortlaufend zu optimieren**.

Kundenempfehlungen in den Mittelpunkt zu stellen, bringt PUMA enorme Erfolge.



Mit einem deutlich geringeren Budget liefert Mention Me **beeindruckende Umsätze und wertvolle Erkenntnisse**. Für PUMA war es definitiv eine kluge Investition!“

David Witts
Senior CRM Manager E-Commerce Europe, PUMA