

Wie ‚vertbaudet‘ Kunden gewinnt, die doppelt so oft wiederkommen.

Dem Onlinehändler für Kinderartikel gelang es mit der KI-gestützten Empfehlungsplattform von Mention Me, seine treuen Kunden mit Fan-Status mühelos zu aktivieren.

mentionme × **vertbaudet**



Hat es dir bei uns gefallen, Ariana? Dann
empfehle uns gerne weiter.

**Schenke deinen Liebsten
20 % Rabatt und erhalte
selbst 20 % nach ihrem
Erstkauf.***

Unser Freunde-Empfehlungsprogramm wird von
Mention Me verwaltet. Mention Me verarbeitet deine
Daten und wird dir E-Mails zum Empfehlungsservice
zusenden. [Weitere Informationen und deine
Datenschutzrechte](#)

Jetzt 20 %* Rabatt verschenken

Durch die Annahme dieses Angebots erklärst du dich mit den
[Allgemeinen Geschäftsbedingungen](#) einverstanden.

POWERED BY MENTION ME

Innerhalb von 12 Monaten gewann ‚vertbaudet‘ hochwertigere Kunden – bei fast halb so hohen Kosten im Vergleich zu traditionellen bezahlten Marketing-Kanälen.

Das Potenzial

Vertbaudet erkannte als zukunfts- und kundenorientiertes Unternehmen die große Chance, durch die Treue ihrer umfangreichen Kundschaft profitables Wachstum zu erzielen.

Dem Unternehmen war bewusst, dass seine Zielgruppe – insbesondere junge Mütter – großen Wert auf vertrauenswürdige Empfehlungen aus dem eigenen Umfeld legt.

Da ‚vertbaudet‘ den hohen Zeit- und Arbeitsaufwand für den Aufbau und Betrieb eines eigenen Empfehlungsprogramms erkannte, sah es in Mention Me die naheliegendste Lösung, **um die Vorteile** des Empfehlungsgeschäfts **optimal zu nutzen**.

Ein besonderes Highlight war die einzigartige Name-Share-Option.

Sie ermöglicht es Kunden, beim Checkout die Namen von Freunden anzugeben – perfekt abgestimmt auf die täglichen Gespräche unter Kunden über die Marke, von denen ‚vertbaudet‘ wusste.

Der Plan

Vertbaudet führte sein Empfehlungsprogramm zunächst in zwei Kernmärkten ein: Deutschland und Österreich.

*„Dank strategisch eingesetzter A/B-Tests und einer optimierten Customer Journey hat sich unser Programm kontinuierlich weiterentwickelt und stetig an Stärke gewonnen“
sagt Raphaele Provost, Lead CRM bei ‚vertbaudet‘.*

Nun ist ‚vertbaudet‘ bereit, sein Programm auf den nächsten Kernmarkt auszudehnen und die **empfehlungs-basierte Kundengewinnung** weiter auszubauen. Mit einem umfangreichen Set an First-Party-Empfehlungsdaten (direkt vom Kunden gewonnen Daten) plant das Unternehmen, breitere Marketingkanäle zu optimieren und so den **Mehrwert des gesamten Geschäfts zu steigern**.

Durch empfehlungsorientiertes Denken erzielt ‚vertbaudet‘ herausragende Resultate.



Steigerung des AOV bei Kunden, die durch Empfehlungen gewonnen wurden.



Kunden über Empfehlungen zu gewinnen, ist 40 % günstiger als über Google Shopping.



Kunden, die über Empfehlungen gewonnen wurden, kaufen mit doppelt so hoher Wahrscheinlichkeit erneut.



der durch Empfehlungen gewonnenen Kunden werden selbst zu Empfehlungsgebern.



Weniger als zwei Monate nach dem Start deckte bereits der über Mention Me generierte Umsatz unsere jährliche Investition – und die Performance steigert sich seitdem stetig.

Unser Ziel ist es jetzt, die First-Party-Empfehlungsdaten zu nutzen, um tiefere Einblicke in unsere Kunden zu gewinnen, die Segmentierung zu optimieren und die Aktivität unserer Kundenbasis nachhaltig zu steigern.

Gabriela Roth
Head of Marketing