

Wie Warrior Empfehlungsdaten nutzt, um mehr Umsatz aus SMS-Kampagnen zu generieren.

Warrior Supplements wurden entwickelt, um die sportliche Leistungsfähigkeit und mentale Fokussierung ihrer Konsumenten zu verbessern.



mentionme × attentive® × WARRIOR

Durch die Mention Me x Attentive-Integration erreicht Warrior noch mehr Menschen und unterstützen sie in ihrem aktiven Lebensstil.

Mit einer treuen Community aus Markenfans erkannte Warrior ungenutztes Potenzial in der bestehenden Kundschaft. Um dieses auszuschöpfen, startete Warrior 2022 sein Empfehlungsprogramm mit Mention Me – zunächst mit Fokus auf hochwertige Neukunden.

Der Erfolg zeigte sich schnell: Geworbene Kunden generierten 3-mal mehr Umsatz und brachten 4-mal so viele neue Kunden wie andere.

Durch diese Erkenntnis begann Warrior, First-Party-Empfehlungsdaten gezielt für weitere Marketingaktivitäten zu nutzen, insbesondere durch die Integration in die SMS-Plattform Attentive.

Dank der Mention Me x Attentive-Integration versendet das Warrior-Team personalisierte SMS – etwa mit Gutschein-Erinnerungen für Fürsprecher oder Anreizen für weitere Empfehlungen.

Mit diesem kanalübergreifenden Ansatz spricht Warrior Kunden in jeder Phase des Empfehlungsprozesses gezielt an und wandelt passive treue Kunden in aktive Fürsprecher um. Das Ergebnis: Bereits 9 % der Neukunden werden über SMS gewonnen.

Nächster strategischer Schritt: Mit Smart Audiences von Mention Me will Warrior **digitale Werbekosten senken**, indem es Lookalike-Zielgruppen auf Paid Social gezielt anspricht und Empfehlungsdaten noch effektiver nutzt.

Seitdem Warrior SMS-Referrer-Flows nutzt, konnten sie folgendes erzielen:



Da SMS bereits ein zentraler Kanal für uns ist, war es naheliegend, die wertvollen Empfehlungsdaten aus Mention Me gezielt zu nutzen.

Dank der vorgefertigten Flows ließ sich die Attentive-Integration schnell und unkompliziert einrichten – und wir waren sofort live.

Kurz nach dem Start zeigte sich der Erfolg: Personalisierte Nachrichten steigerten den Umsatz, begeisterten bestehende Kunden und zogen neue an.“

Adam Aubrey
Head of E-Commerce bei Warrior