

Gelbe Seiten und LLOYD arbeiten erfolgreich im Bereich Location-based Services zusammen

- Überdurchschnittliche Leistungswerte bei 37 Aktionen in 20 Städten
- Große Akzeptanz aller Botschaften durch innovative Point-of-Sale-Aktivierung

Frankfurt am Main, 4. Juli 2016 – Als vollen Erfolg und eine eindrucksvolle Dokumentation des Potenzials standortbezogener Dienste für die Aktivierung von Kunden bewerten die Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft und der Premium-Schuhhersteller LLOYD ihre Zusammenarbeit im Bereich Location-based Services: Vom 19. Februar bis 10. April 2016 konnten Kunden die Vorteile von Location-based Services mit der App von Gelbe Seiten erfahren und besondere Einkaufsmomente bei LLOYD erleben.

Ziel der Zusammenarbeit war es, Kunden auf Aktionen, Kampagnen oder verkaufsoffene Sonntage hinzuweisen und sie zu einem Besuch der bundesweit 28 Concept Stores von LLOYD zu motivieren. Im Rahmen der Kampagne erhielten Kunden, sobald sie sich im Umkreis von 75 Metern eines Concept Stores aufhielten, Push-Nachrichten auf ihre App von Gelbe Seiten. Diese Nachrichten enthielten unterschiedlichste Botschaften. Insgesamt wurden 37 Aktionen aus sechs Themenwelten umgesetzt:

- Die Ankündigung der Frühjahrs- und Sommerkollektion 2016.
- Beim Kauf eines Schuhs aus der X-Motion Kollektion gab es eine Travelbag gratis dazu.
- Eine Kooperation mit dem Sockenhersteller Sympatico.
- Die neue Frühlingsskollektion.
- „Damenwelt“ mit der Botschaft „Im LLOYD Store gibt es nicht nur Herrenschuhe zu kaufen“
- Der Hinweis auf den verkaufsoffenen Sonntag in allen deutschen Städten mit einem Concept Store von LLOYD.

Darüber hinaus lud LLOYD über die App von Gelbe Seiten User dazu ein, sich beim Schuhkauf ein Give Away abzuholen. Mit dieser Aktion wurde anhand der abgeholten Give Aways messbar, wie viele User tatsächlich aufgrund der Push-Nachricht im Store waren und eingekauft haben. Beispielsweise konnten am 24. März knapp 9.000 Nutzer im Umfeld der Concept Stores von LLOYD erreicht werden und von der Kooperation mit dem Sockenhersteller Sympatico profitieren. Die Verweildauer im Umkreis des Ladens lag durchschnittlich bei einer halben Stunde. Entwickelt und begleitet wurde diese innovative Point-of-Sale-Aktivierung von der Werbeagentur Saint Elmo's Hamburg.

Von Location-based Services profitieren

Mit einer sehr hohen Treffergenauigkeit kann der Händler vor Ort neue und bestehende Kunden ansprechen und in sein Ladengeschäft führen: Für mehr als 90% der Empfänger ist die Nachricht relevant. Bei anderen lokalen Marketing-Maßnahmen können die Streuverluste bei bis zu 75 Prozent betragen.

„Für LLOYD stellt Location-based Services eine positive Ergänzung im Maßnahmenmix dar, was durch die sehr guten Öffnungsraten von 14,93 Prozent unterstrichen wird. Eine tolle Möglichkeit, die Aufmerksamkeit zusätzlicher, potenzieller Kunden auf unsere Concept Stores zu lenken“, sagt Katharina Meindersma, Marketingleiterin bei LLOYD. Im Durchschnitt liegen die Öffnungsraten von Newslettern bei ca. 5,0 Prozent, die von Bannern bei über 0,5 Prozent.

Stephan Theiß, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft, zog eine erste Bilanz: „Die Zusammenarbeit mit LLOYD war ein voller Erfolg und belegt eindrucksvoll das Potenzial von Location-based Services. Die innovativen PoS-Aktivierungen haben gezeigt, dass der Service sehr positiv wahrgenommen wird, wenn sie mit guten Angeboten verknüpft sind.“

Über Gelbe Seiten:

Gelbe Seiten wird von DeTeMedien und 16 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben und gemeinschaftlich verlegt. Die Herausgeber- und Verlegergemeinschaft gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern in allen medialen Ausprägungen als Buch, online, mobil sowie u. a. als Smartphone- und Tabletversion zur Verfügung gestellt und kontinuierlich weiterentwickelt werden.

Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen-GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

Über LLOYD:

Die LLOYD Shoes GmbH produziert mit großer Leidenschaft und handwerklichem Können seit 1888 hochwertige Herren- und Damenschuhe. Gegründet in Bremen als H. F. Meyer Schuhfabrik, ist der Premiummarken-Schuhhersteller seit 1942 im niedersächsischen Sulingen ansässig. Seit über 125 Jahren perfektioniert LLOYD die Herstellung exklusiver Qualitätsschuhe in Passform, Design und Verarbeitung. Unverkennbar sind LLOYD Schuhe durch ihr Markenzeichen, den weltbekannten roten Streifen.

Das Unternehmen beschäftigte im Jahr 2015 durchschnittlich 1.509 Mitarbeiter, davon allein 596 in Deutschland. Im Geschäftsjahr 2015 verbuchte das Unternehmen einen konsolidierten Umsatz von rund 131 Mio. Euro.

Neben Damen- und Herrenschuhkollektionen vertreibt LLOYD auch hochwertige Accessoires und Lederjacken. LLOYD Produkte werden derzeit in mehr als 60 Länder exportiert und sind an etwa 3.700 Verkaufspunkten erhältlich. In Deutschland gibt es aktuell 30 Concept Stores, unter anderem in Hamburg, Berlin und München. Weltweit existieren rund 20 weitere Concept Stores, zum Beispiel in Kopenhagen und Budapest.

Kontakt:

Gelbe Seiten Marketing GmbH
Nina Mühlens
Speicherstr. 55
60327 Frankfurt am Main

Tel.: +49 69 264 841-205

Fax: +49 69 264 841-499

E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de

Kontakt:

LLOYD Shoes GmbH
Birgit Lüdemann
Hans-Hermann-Meyer-Str. 1
27232 Sulingen

Tel.: +49 4271 940-197

E-Mail: luedemann@lloyd.com

Gelbe Seiten im Social Web:

<http://www.facebook.com/Ausbildungsnavigator>

<http://www.facebook.com/GelbeSeiten>

<http://www.facebook.com/Gesundheit.GelbeSeiten>

<http://www.facebook.com/Handwerk.GelbeSeiten>

<http://www.facebook.com/LokalesMarketing>

<http://www.twitter.com/GelbeSeiten>

<https://plus.google.com/+GelbeSeiten>

LLOYD im Social Web:

<https://www.facebook.com/lloydshoesgmbh>

https://www.instagram.com/lloyd_shoes/

<https://plus.google.com/113700837176241316536/posts>

<https://www.youtube.com/user/LLOYDShoes>