

Modehaus Wellner Case Study

Ein Kundenclub-Projekt im Umfeld Mode/Handel

Modehaus Wellner

Das Modehaus Wellner ist ein exklusives, traditionsreiches Modehaus in Hameln, das eine umfangreiche Erweiterung der Verkaufsfläche und die Eroberung jüngerer Zielgruppen plant.

Key metrics

Die wesentlichen KPI's des Projektes beziehen sich auf die Erhöhung des durchschnittlichen Umsatzes/Kunde und die Aktivierung der Kunden (Events, Online-Käufe, Besuche im Haus)



38% UP

Social activities



50% UP

App Downloads



SHERLOCK & WATSON
MARKETING UND DATEN



Marketing und Daten | Beratung



sherlockandwatson.de



Süntelstr. 4A, 31848 Bad Münder
mobil: 0151-11006616

HERAUSFORDERUNGEN



Das Modehaus Wellner hat etwa 12.000 regionale Kunden, die in unterschiedlichen Frequenzen vor Ort im Modehaus einkaufen. Die Bindung der Kunden, die Erreichung jüngerer Kundensegmente und die Erhöhung der Einkaufsfrequenz sollen erreicht werden. Die bereits eingeführte Wellner App soll zum zentralen Kontakt-Kanal für aktuelle Angebote werden und die digitale Kommunikation vorantreiben.

LÖSUNG



Im Rahmen des Projekts wurde als Basis zunächst eine verbesserte Marketingstruktur aufgebaut. Die Kundenprofile wurden detailliert analysiert. Auf dieser Basis wurde das Club-Konzept "Wellner Friends" konzipiert und basierend auf analysierten Kundendaten implementiert.



**Kundenclub-
Strategie**



**Digitales
Marketing**



**Kundendaten-
analyse**

ERGEBNISSE



1

Mehrwert 1

Anreicherung der Kundendaten, Komplettierung der Profile, Analyse von Verhaltensdaten und Gewohnheiten der Bestandskunden

2

Mehrwert 2

Aufbau eines strukturierten multi-Channel Marketings

3

Mehrwert 3

Konzeption und Einführung eines punktebasierten Wellner Clubs.