

**Best Triggered Email or Autoresponder Series
Gold B2B
VNR.de Reactivation Campaign**

Brand/Client Side Team:
N/A

Vendors/Agencies:
Promio.net

MarketingSherpa Summary – Why They Won

This reactivation campaign wins for the degree of learning realized by the team. Results were solid, with a nearly 10% reactivation rate, but the long-term education is the real gold mine. There were plenty of surprises, including that the campaign element expected to be the top performer – the Lottery – actually underperformed its competitors. Just as important, the campaign has informed a host of new tests and future best practices.

Inactivity is a fluid measure that varies from company to company. The campaign sought to reactivate almost 60,000 addresses over the course of 3 months. The team had an original assumption of 120 days, but the results suggested that a shorter window – 60 days – will have the greatest impact. Another key finding in this area is that low activity should be considered in identifying the target audience for reactivation campaigns. Engagement is the sum total of activities, and its lower threshold defined need not have a static definition of zero activity.

From Their Nomination Form:

The reactivation campaign has given us incredible results about what motivates readers to react, about the process of list cleaning, and leads to number of new best practices and possible tests.



Abonnenten-Befragung

Lieber Herr Mustermann,

Sie haben seit einiger Zeit einen oder mehrere kostenlose Newsletter aus unserem Programm abonniert.

In unregelmäßigen Abständen überprüfen wir, ob unsere Kunden mit unseren Services noch so zufrieden sind, wie wir uns das wünschen und ob unsere Newsletter tatsächlich den Vorstellungen unserer Abonnenten entsprechen. Bitte helfen Sie uns noch besser zu verstehen, welche Ansprüche Sie an unsere Newsletter stellen, damit wir diese noch genauer auf Ihre Bedürfnisse abstimmen können.

Der folgende Link führt zu einer sehr kurzen Befragung.

[zur Befragung](#)

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

Ihre

Sabine Oldhof



Werden Sie noch richtig angesprochen?

Lieber Herr Mustermann,

Sie haben seit einiger Zeit kostenlose Newsletter aus unserem Programm abonniert. Werden Sie darin korrekt angesprochen? Wird jeder Newsletter an Ihre bevorzugte und aktuelle E-Mail-Adresse geschickt? Haben Sie Interesse an anderen Newslettern aus unserem Programm?

Gerne möchten wir Sie darauf hinweisen, dass Sie die Daten, mit denen Sie bei uns bekannt sind, jederzeit einsehen und ändern können. Zudem sind wir stets daran interessiert unser Programm bestmöglich auf Ihre Anforderungen und Bedürfnisse abzustimmen.

Wenn Sie wissen und/oder ändern möchten, mit welchen Daten Sie bei uns bekannt sind, dann klicken Sie [hier...](#)

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

Ihre

Sabine Olthof
Chief Content Manager
Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG



WIRTSCHAFTS
ANZEIGEN

VNR.de

Visionen. Nutzen. Rat.
Hier sind die Experten!

[VNR.de](#) | [Experten](#) | [Shop](#) | [Blog](#) | [Wissen](#) | [Glossar](#)

Jetzt können Sie gewinnen

Lieber Herr Mustermann,

Wir möchten Ihr Abonnement für Sie jetzt noch attraktiver machen und verlosen unter ausgewählten Kunden exklusiv jeden Monat

Das kleine simplify Gartenbuch



Der einzigartige Ratgeber zum Thema Garten. Entdecken Sie, wie sie Ihren Garten



Werden Sie noch richtig angesprochen?

Lieber Herr Mustermann,

Sie haben seit einiger Zeit kostenlose Newsletter aus unserem Programm abonniert. Werden Sie darin korrekt angesprochen? Wird jeder Newsletter an Ihre bevorzugte und aktuelle E-Mail-Adresse geschickt? Haben Sie Interesse an anderen Newslettern aus unserem Programm?

Gerne möchten wir Sie darauf hinweisen, dass Sie die Daten, mit denen Sie bei uns bekannt sind, jederzeit einsehen und ändern können. Zudem sind wir stets daran interessiert unser Programm bestmöglich auf Ihre Anforderungen und Bedürfnisse abzustimmen.

Wenn Sie wissen und/oder ändern möchten, mit welchen Daten Sie bei uns bekannt sind, dann klicken Sie [hier..](#)

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.

Ihre

Sabine Olthof
Chief Content Manager
Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG

MarketingSherpa 2010 Email Awards

Reactivation Campaign VNR.de

VNR.de is an information portal for expert knowledge

With more than 21,000 articles, [VNR.de](https://www.vnr.de) is the leading source for expert knowledge in Germany. Every day more than 130 experts publish articles on hundreds of topics. The experts are selected professionals who deliver practical and useful information.

The Audience

VNR.de addresses both businesses and consumers. Topics range from marketing or bookkeeping to health and travel information. Our customers search for relevant solutions and tips that can help them with their day to day (work) life. VNR.de publishes search engine optimized content that attracts customers looking for quick advice but also invites them to browse and come back.

The business model

Although online advertising revenue is becoming considerably noticeable, the main source of VNR.de's revenue is email marketing. Email addresses are captured on the website and through pay-per-click campaigns. E-letter ads and standalone marketing emails sell print newsletters, books, and loose-leaf-products for the publishing firm behind VNR.de, [VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG](https://www.vnr-verlag.de) which is specialized in consultancy publishing for professional and private clients.

The ESP – promio.net

promio.net GmbH is an expert agency specializing in email marketing and online market research. They create individual solutions to meet today's challenges in email communication. promio.net is a one-stop provider of modern e-communication and offers all services essential for successful direct-response marketing and customer dialogue – either as a complete solution or in the form of individual modules.

Promio.mail

promio.net not only provides a technical platform for dispatch and delivery of e-mailings and newsletters, but also makes available tools for splitting and profiling of target groups and for the preparation of creative e-mail contents. Furthermore, they offer all services required for successful advertising, from perfectly maintained databases to customized addressing of target groups and finally to conclusive reporting – either as a full service package or in our function as an Application Service Provider.

Reactivation campaign

Instead of just **DE**activating email addresses that have not shown any activity for a certain amount of time, VNR.de has set up a **RE**activation campaign in summer 2009.

Addresses that have not shown any activity (update of data, open, click) for the last 120 days are imported into a reactivation campaign. The campaign lasts for 60 days and includes for emails:

1. Questionnaire: topics, quality of e-letters, interests
2. Request to check data (name, surname, email address)
3. Lottery
4. Request to check data (name, surname, email address)

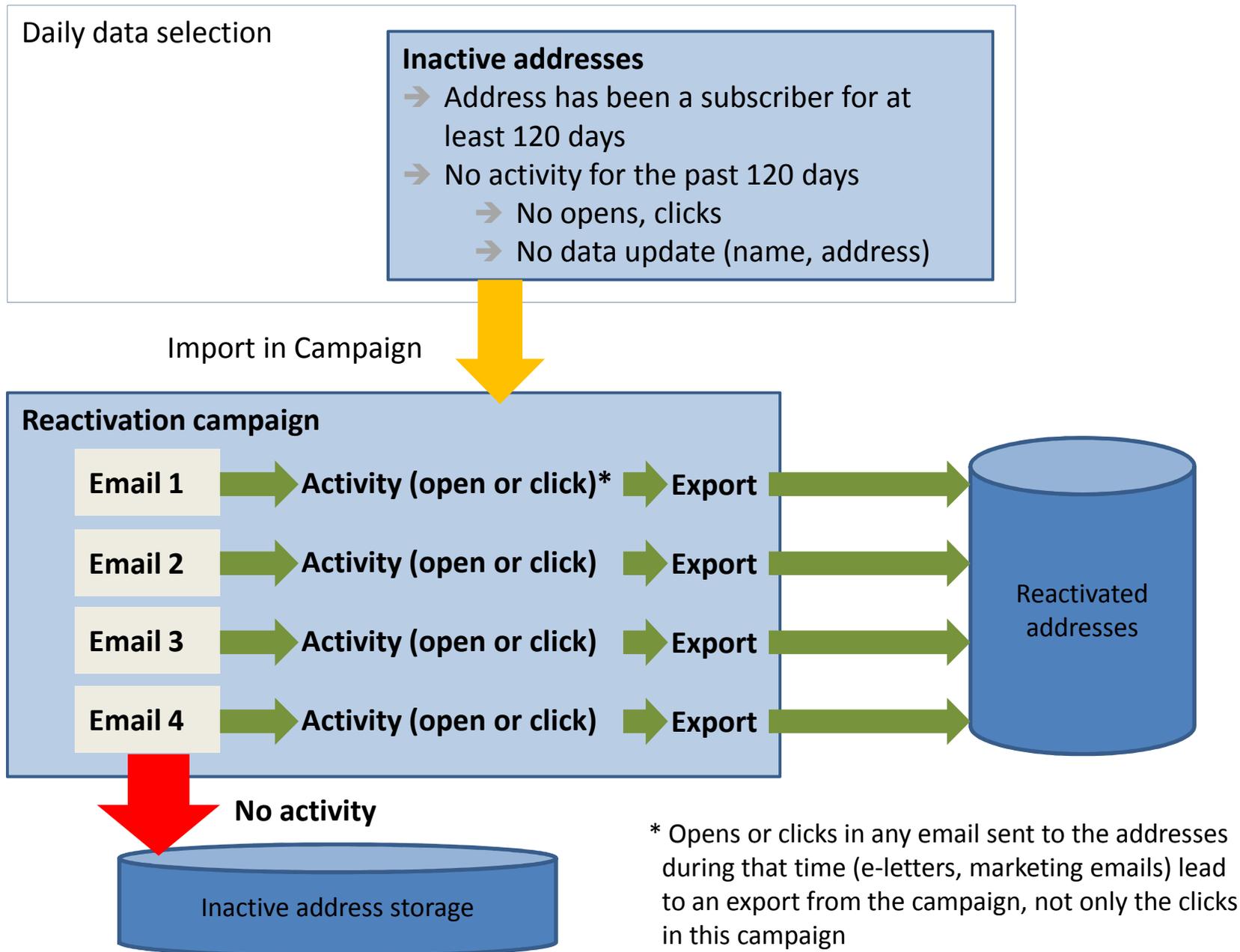
The emails were sent from a different, unknown sender address.

Addresses that open or click are immediately exported from the campaign list and no further campaign mailings are sent to them. However, addresses that still show no activity are deactivated, i.e. they are unsubscribed from all e-letters.

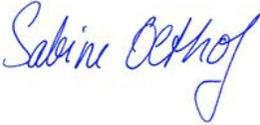
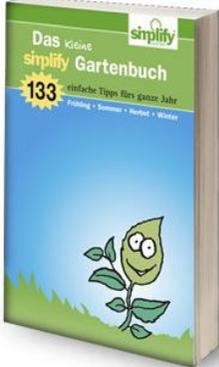
Reactivation campaign

Apart from the list cleaning effect, VNR.de wanted to reactivate part of the inactive addresses. Asking for interests and a lottery intend to catch the reader's attention.

Campaign process



The reactivation emails

 <p>VNR.de Visionen. Nutzen. Rat. Hier sind die Experten!</p> <p>VNR.de Experten Shop Blog Wissen Glossar</p> <h3>Abonnenten-Befragung</h3> <p>Lieber Herr Mustermann,</p> <p>Sie haben seit einiger Zeit einen oder mehrere kostenlose Newsletter unserem Programm abonniert.</p> <p>In unregelmäßigen Abständen überprüfen wir, ob unsere Kunden mit unseren Services noch so zufrieden sind, wie wir uns das wünschen und ob Newsletter tatsächlich den Vorstellungen unserer Abonnenten entsprechen. Helfen Sie uns noch besser zu verstehen, welche Ansprüche Sie an Newsletter stellen, damit wir diese noch genauer auf Ihre Bedürfnisse abstimmen können.</p> <p>Der folgende Link führt zu einer sehr kurzen Befragung.</p> <p style="text-align: center;">zur Befragung</p> <p>Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.</p> <p>Ihre</p>  <p>Sabine Olthof Chief Content Manager Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG</p>	 <p>VNR.de Visionen. Nutzen. Rat. Hier sind die Experten!</p> <p>VNR.de Experten Shop Blog Wissen Glossar</p> <h3>Werden Sie noch richtig angesprochen?</h3> <p>Lieber Herr Mustermann,</p> <p>Sie haben seit einiger Zeit kostenlose Newsletter aus unserem Programm abonniert. Werden Sie darin korrekt angesprochen? Wird jeder Ihre bevorzugte und aktuelle E-Mail-Adresse geschickt? Haben Sie andere Newsletter aus unserem Programm?</p> <p>Gerne möchten wir Sie darauf hinweisen, dass Sie die Daten, die wir von Ihnen bekannt sind, jederzeit einsehen und ändern können. Zudem sind Sie daran interessiert unser Programm bestmöglich auf Ihre Anforderungen abzustimmen.</p> <p>Wenn Sie wissen und/oder ändern möchten, mit welchen Daten wir Sie kontaktieren, dann klicken Sie hier...</p> <p>Vielen Dank für Ihre Mitarbeit.</p> <p>Ihre</p>  <p>Sabine Olthof Chief Content Manager Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG</p>	 <p>VNR.de Visionen. Nutzen. Rat. Hier sind die Experten!</p> <p>VNR.de Experten Shop Blog Wissen Glossar</p> <h3>Jetzt können Sie gewinnen</h3> <p>Lieber Herr Mustermann,</p> <p>Wir möchten Ihr Abonnement für Sie jetzt noch attraktiver machen und verlosen unter ausgewählten Kunden exklusiv jeden Monat:</p> <p style="text-align: center;">*Das kleine simplify Gartenbuch*</p>  <p>Der einzigartige Ratgeber zum Thema Garten. Entdecken Sie, wie Sie Ihren Garten zu jeder Jahreszeit mit Freude und in voller Pracht genießen können. Ob Frühling, Sommer, Herbst oder Winter. 133 einfache Tipps fürs ganze Jahr.</p>
---	---	---

Questionnaire

Request to check data

Lottery

Result Data

	open rate	click rate
Sum	0,46%	0,36%
1 Questionnaire	0,70%	0,58%
2 Data check	0,46%	0,45%
3 Lottery	0,28%	0,10%
4 Data check	0,36%	0,29%
total unique	2,02%	1,65%
total unique reactions	3,19%	

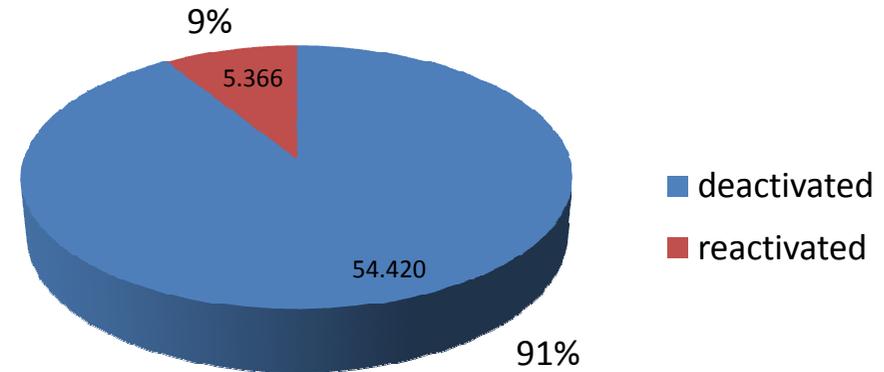
The campaign has been sent to a total of 59.786 addresses over a time period of three months.

The first email with a different sender address has obviously realized the most opens and clicks.

Interestingly, the lottery email was the least attractive although the subject line was very catching.

The ratio clicks/opens is 80% which indicates that the readers' email clients suppress open rate tracking (Usually about 20% of our readers that open click as well.)

3% have reacted to the campaign mailings.



However, only 1.905 of the addresses (3.19%) have reacted due to the campaign.

3.461 (5.79%) have clicked or opened in other mailings that were sent to them, i.e. the e-letters they subscribed to.

All in all, 9% of the addresses have been reactivated.

Why is this campaign special?

The reactivation campaign has given us incredible results about what motivates readers to react, about the process of list cleaning, and leads to number of new best practices and possible tests.

- The mailing that we thought might be the most attractive – the lottery – was the weakest campaign mailing.
- The questionnaire had the highest click rate followed by the data check mailing. People seem to be most interested when we are interested in them.
- 64% of the reactivated addresses have opened or clicked in mailings other than the reactivation campaign mailings. This indicates that 120 days of inactivity might be too early to deactivate an address, if 5.79% of the addresses will eventually show activity again without a special reactivation campaign.

What are we going to do different?

- Two questionnaires instead of two data check mailings
- Ask the readers for answers to a study (Germany's reaction to the swine flu)
- Offer quizzes & the possibility to add questions to the quizzes

- Move the reactivation campaign forward: 120 days of inactivity is too late, we will start after 60 days of LITTLE activity and the campaign will last over 60 days with the intention to keep the customer interested not only to reactivate the address. After 120 days of NO activity we will import them into an improved reactivation campaign.