

Brevo Wallet

**Mobile Wallet:
Kund:innen
reaktivieren und
Kundenbindung
steigern**



Über Best Western France

- Gründung: **1946**, auf internationaler Ebene
- Erstes Netzwerk unabhängiger Hotels in Frankreich
- **4.700 Hotels** weltweit, davon etwa **300 in Frankreich**
- Ein Hotelangebot, das auf Freizeit- und Geschäftskund:innen zugeschnitten ist



Ausgangssituation

„Unsere Grundidee war die unkomplizierte Verbreitung von Werbeaktionen über das Mobile Wallet, doch dann kam die Corona-Krise. Daraufhin haben wir unsere Vorgehensweise und unsere Vorstellungen in Bezug auf die Wallet-Nutzung geändert, um unsere Ziele im Hinblick auf das Ende des ersten Lockdowns zu erreichen.“



Mélanie Le Livec
*Leiterin Marketing und Kommunikation
bei Best Western France*

Kommunikation von Angeboten an die treuesten Kunden des Best Western Rewards® Treueclubs.

Die direkten Vertriebskanäle von Best Western France stärken

Entwicklung eines digitalen Kontaktpunkts als Notfall-Aktionsplan

**Wie
funktioniert
das?**



Das Wallet

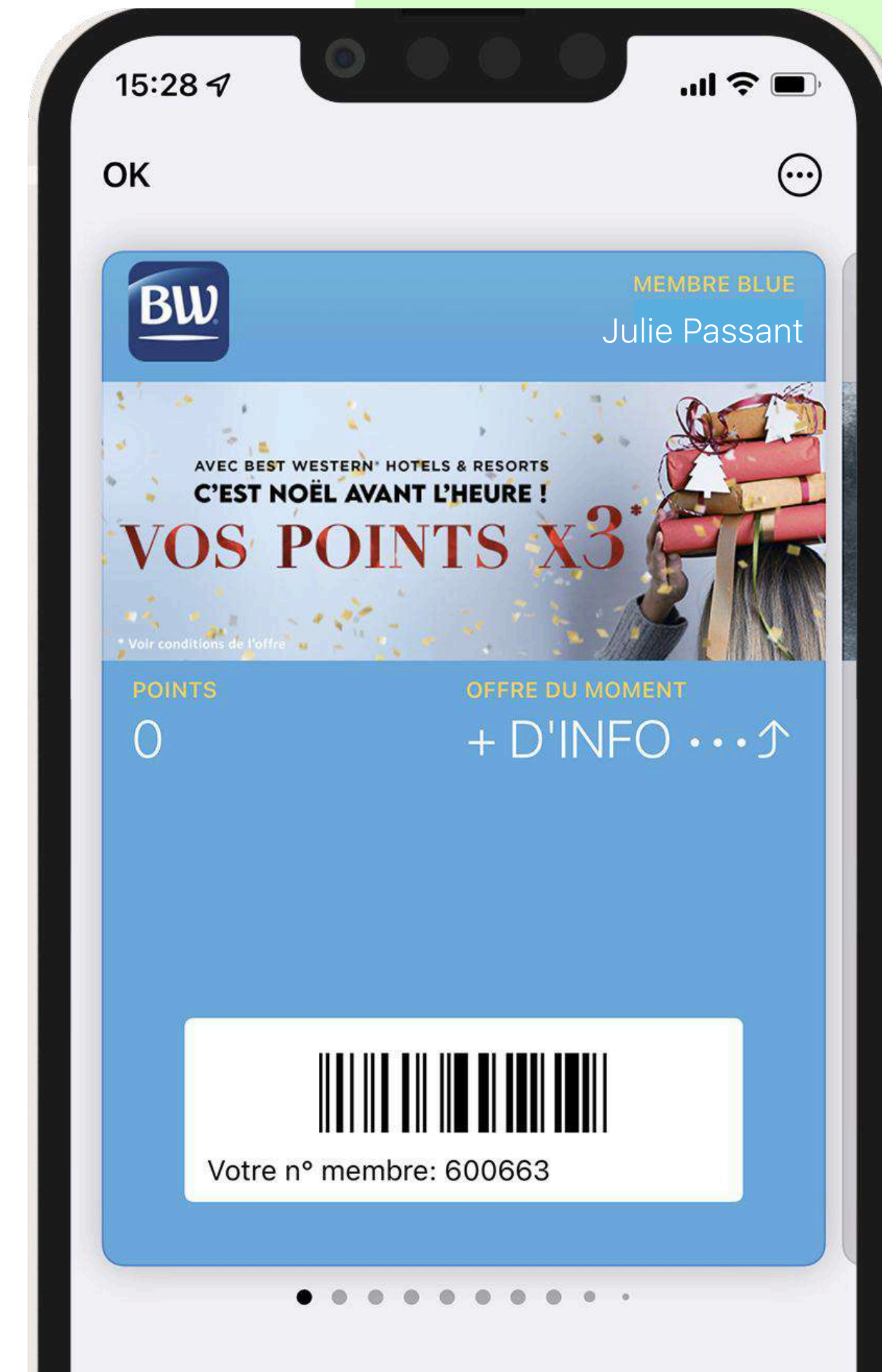
Als effizienter Aktionsplan

Das Mobile Wallet bietet die Möglichkeit:

Bei den Kund:innen Präsenz zu zeigen, ohne zu aufdringlich zu sein, durch das Versenden personalisierter Push-Benachrichtigungen.

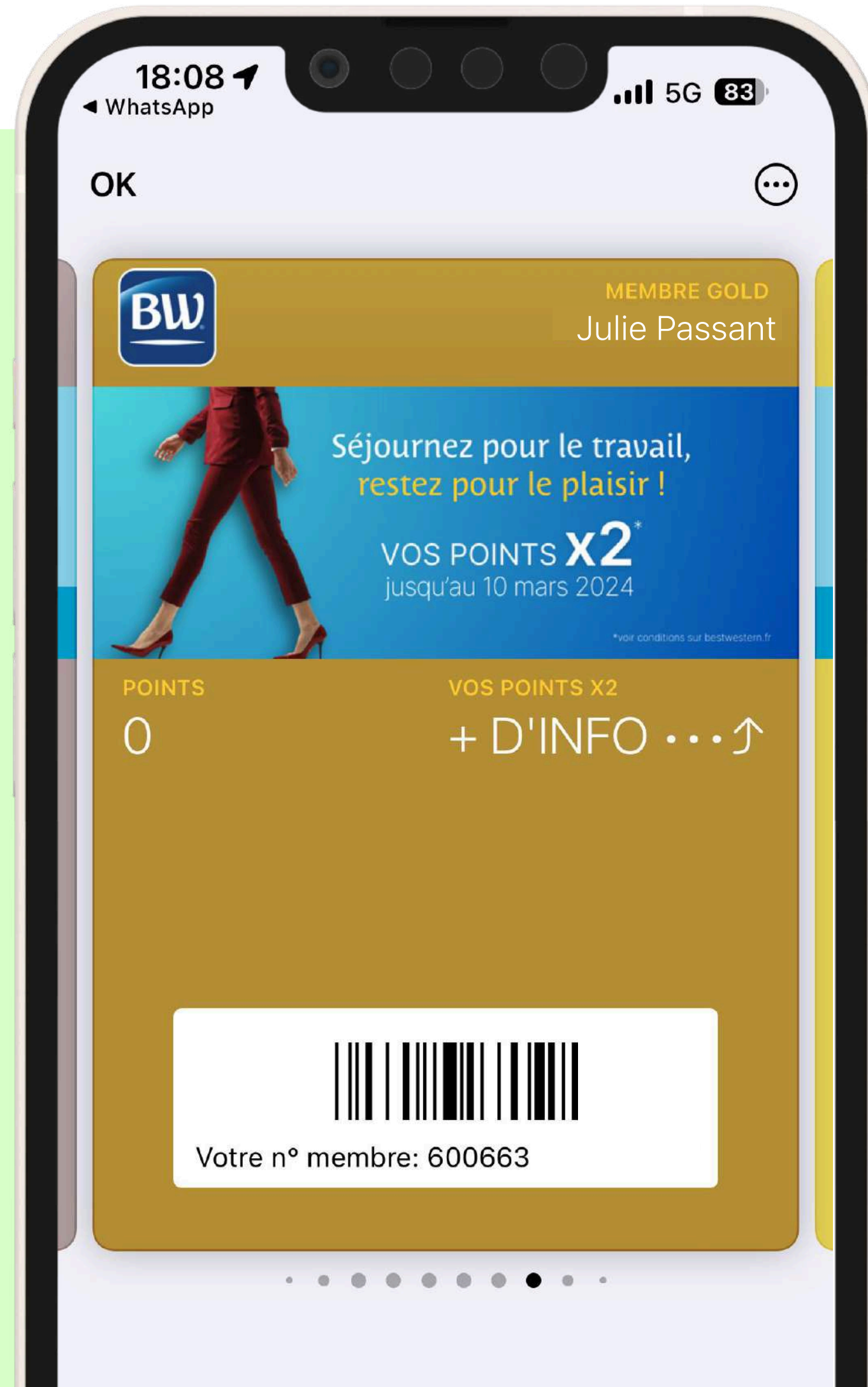
Direkte Reservierungen über die Website [bestwestern.fr](https://www.bestwestern.fr) zu fördern, indem der Treueclub beworben wird.

Zusätzlich zu den traditionellen Kanälen **einen weiteren Kontaktpunkt zu schaffen.**



Das Wallet

Als effizienter Aktionsplan



Die Schwerpunkte des Aktionsplans

Kund:innen über Angebote des Treueclubs informieren, insbesondere durch den Versand von Push-Benachrichtigungen.

Reaktivierung inaktiver Kund:innen, bei denen das Risiko besteht, dass sie sich anderen Anbietern zuwenden: Angebote für dieses Kundensegment erhöhen.

Kundenbindung: Fokus auf „Top-Kund:innen“, die den höchsten Umsatz-/Kundenwert haben.

Wie funktioniert das?



Kund:innen können Ihre Kundenkarte über ein beliebiges Kommunikationsmittel hinzufügen, dank spezieller CTAs.



Die Wallet-Karte wird zum Apple/Google Wallet auf dem Smartphone der Kund:innen hinzugefügt.



Kund:innen erhalten Push-Benachrichtigungen über Neuheiten, Angebote, Aktionen usw.

Best Western animiert seine Kund:innen zur Wallet-Nutzung über verschiedene Kontaktpunkte (PoC)

Ein wichtiger Schritt, der darauf abzielt, die Anzahl der Kund:innen mit Wallet-Nutzung zu maximieren. Dafür können alle Kommunikationskanäle genutzt werden. Brevo Wallet bietet hierfür einen Link, auf den über einen CTA oder einen QR-Code zugegriffen werden kann.

Ansatzpunkte von Best Western France

- Bestätigungs-E-Mail für die Buchung über die Website [bestwestern.fr](https://www.bestwestern.fr)
- Personalisierte E-Mails
- Dankeschön-E-Mail
- Personalisierte SMS
- Kundenkonto

CTA zum Herunterladen der Wallet-Karte

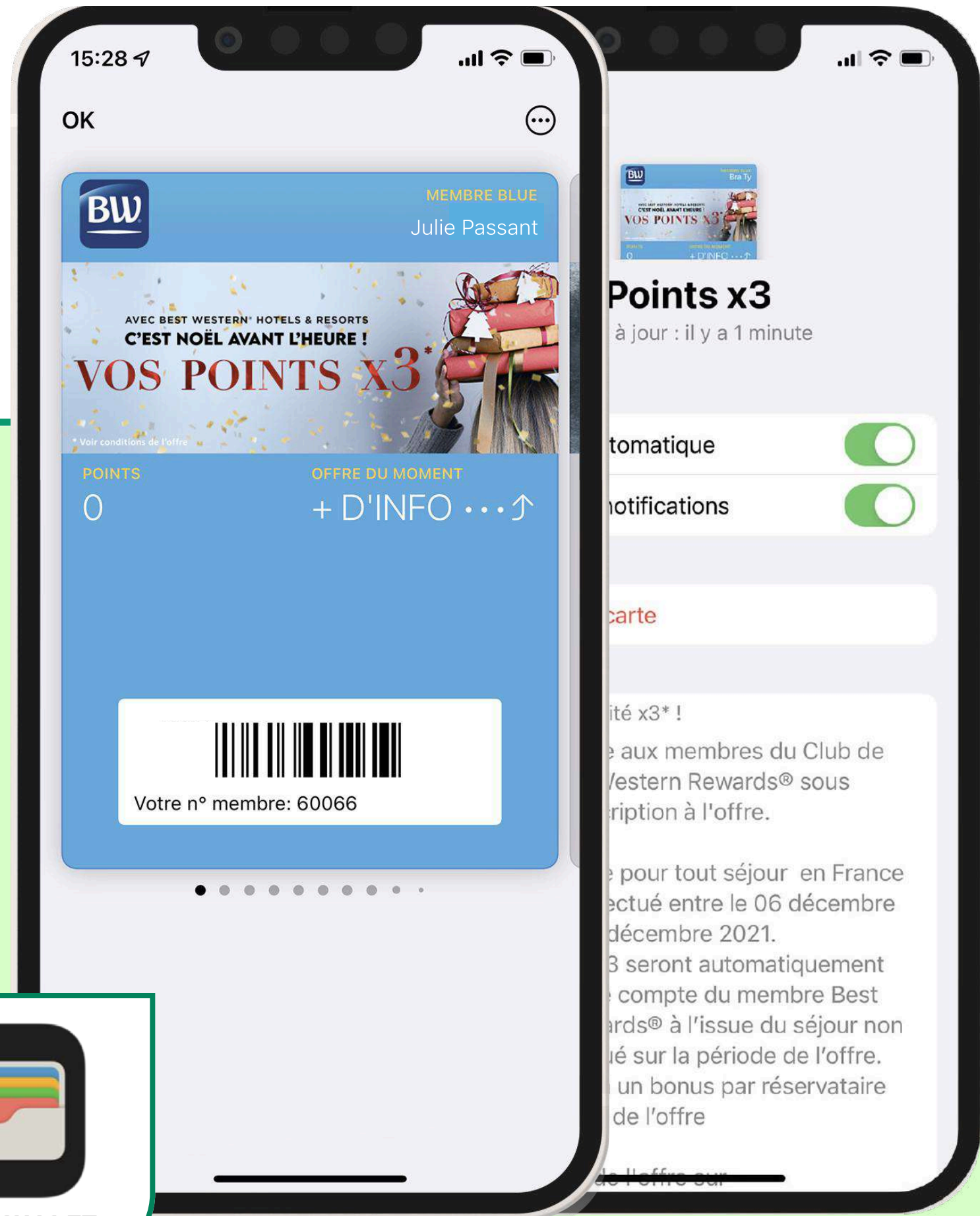


Animation

Die Best Western France-Kundenkarte ist sowohl für Apple- als auch für Android-Geräte verfügbar.

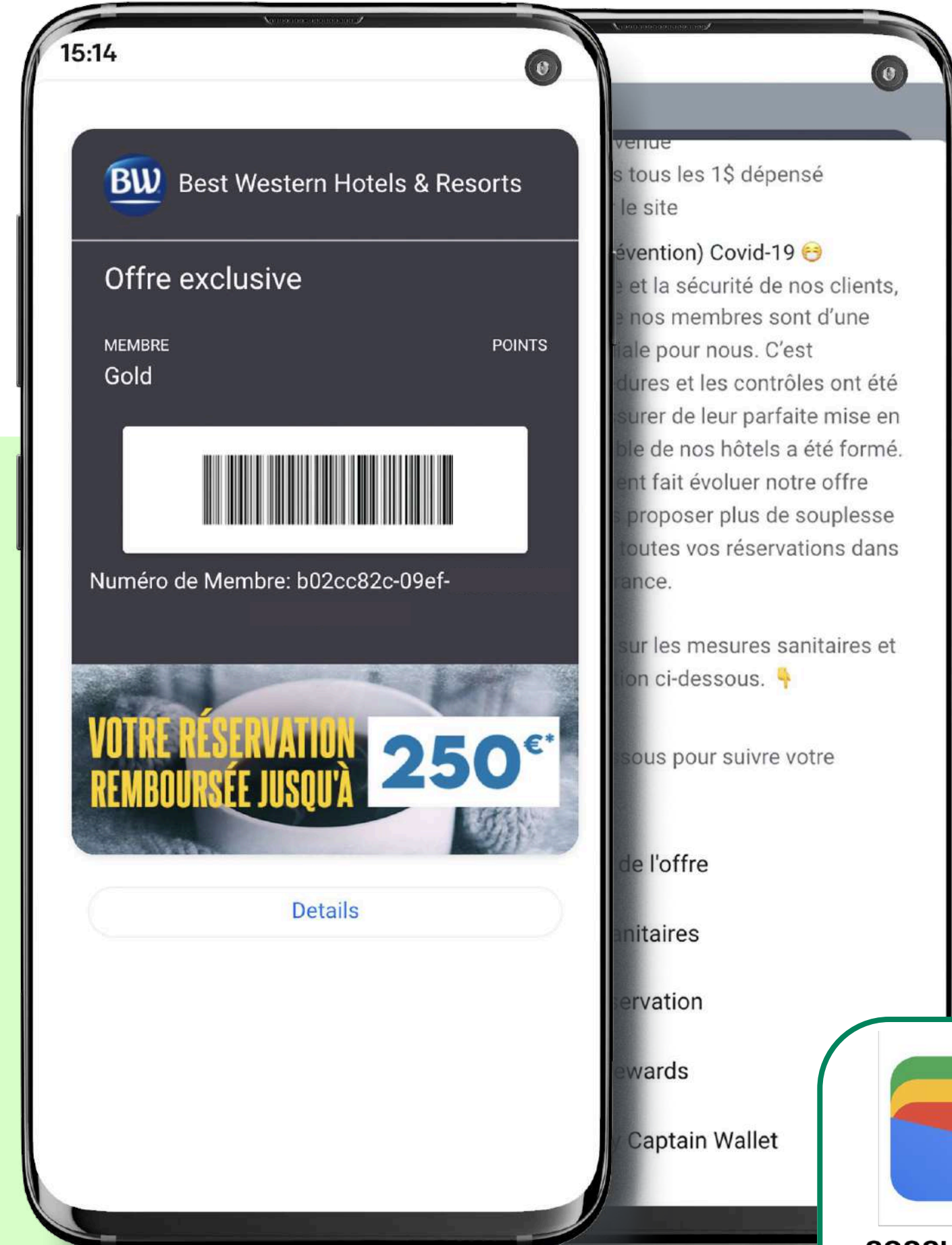


APPLE WALLET



Vorderseite

Rückseite



Vorderseite

Rückseite



GOOGLE WALLET

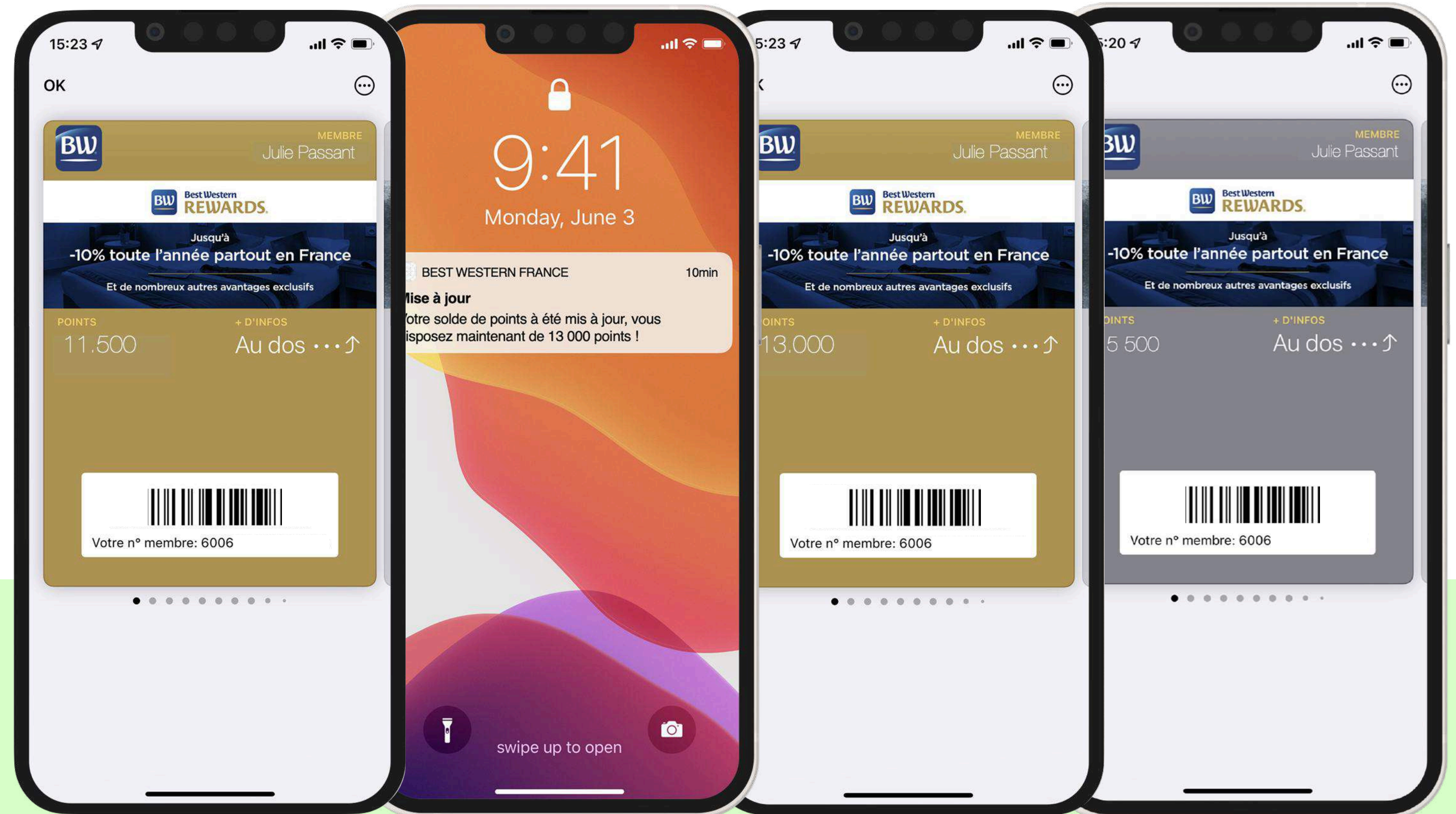
Die Hotelgruppe veröffentlicht circa 10 Kampagnen in gleichmäßigem Abstand über das Jahr verteilt, je nach Werbeaktion.

Animation der Karte im Zusammenspiel mit dem Status-Programm

Best Western hat beschlossen, das Programm mit mehr „servicebasierten“ Benachrichtigungen basieren dauf dem Kundenlebenszyklus zu erweitern.

Das Mobile Wallet löst weniger Druck auf Kund:innen aus im Vergleich zu E-Mails und bietet die Möglichkeit, eine einzige Nachricht zu veröffentlichen.

Ziel: eine maximale Anzahl von Kund:innen schnell und effizient über ihren neuen Punktesaldo und andere Profilinformationen zu informieren.

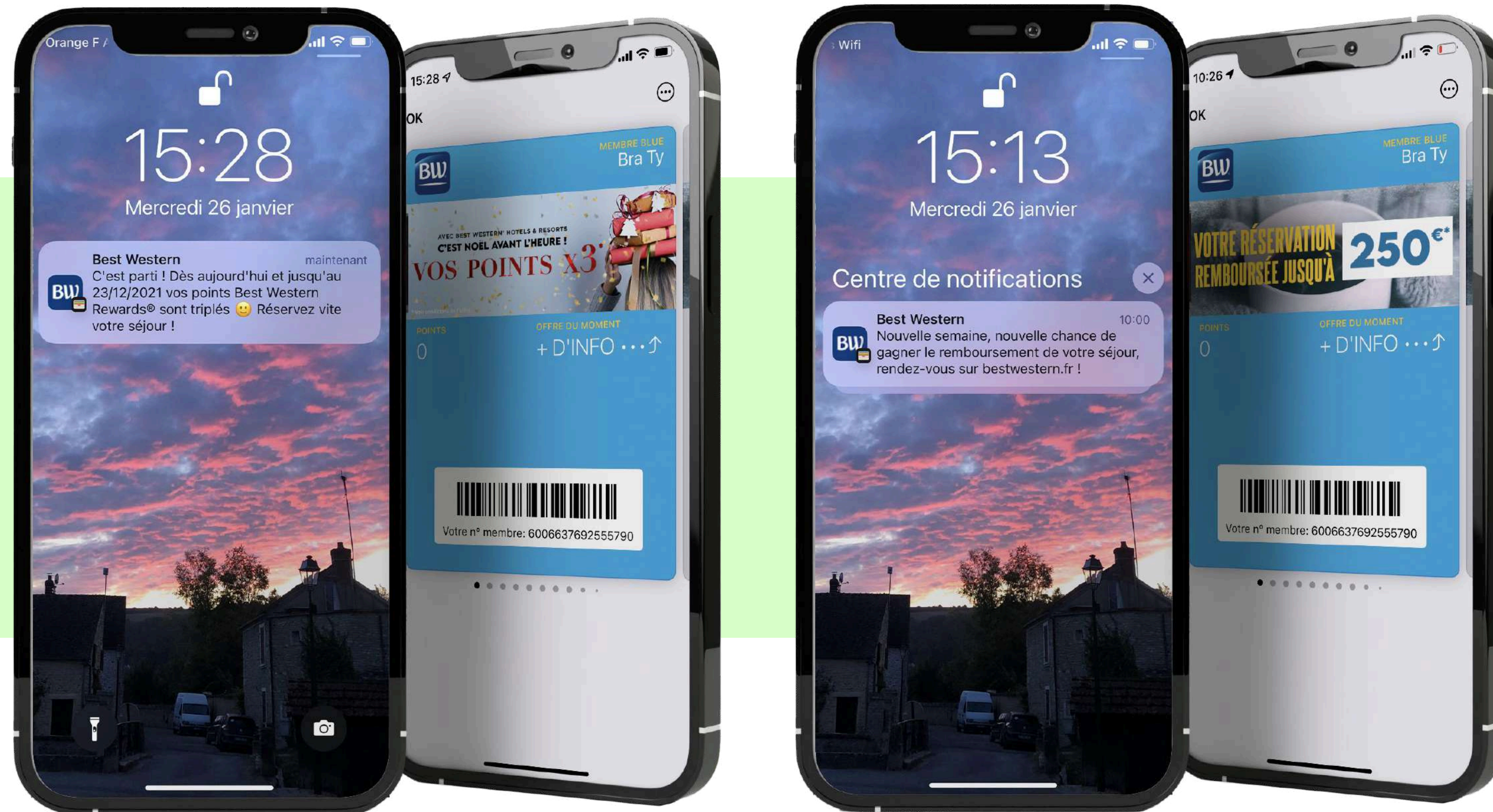


Benachrichtigung, sobald neue Punkte hinzugefügt wurden

Automatische Aktualisierung des Punktesaldos

Bei 15.000 Punkten: erhält die Karte den Platinium-Status

Best Western nutzt Push-Benachrichtigungen zum Retargeting der Kund:innen



Vorteilsangebote
(Bsp.: 3x mehr Punkte bei Reservierung im Aktionszeitraum)

Gewinspiele
(Bsp.: Gewinnspiel, um die Kosten für den Aufenthalt erstattet zu bekommen.)

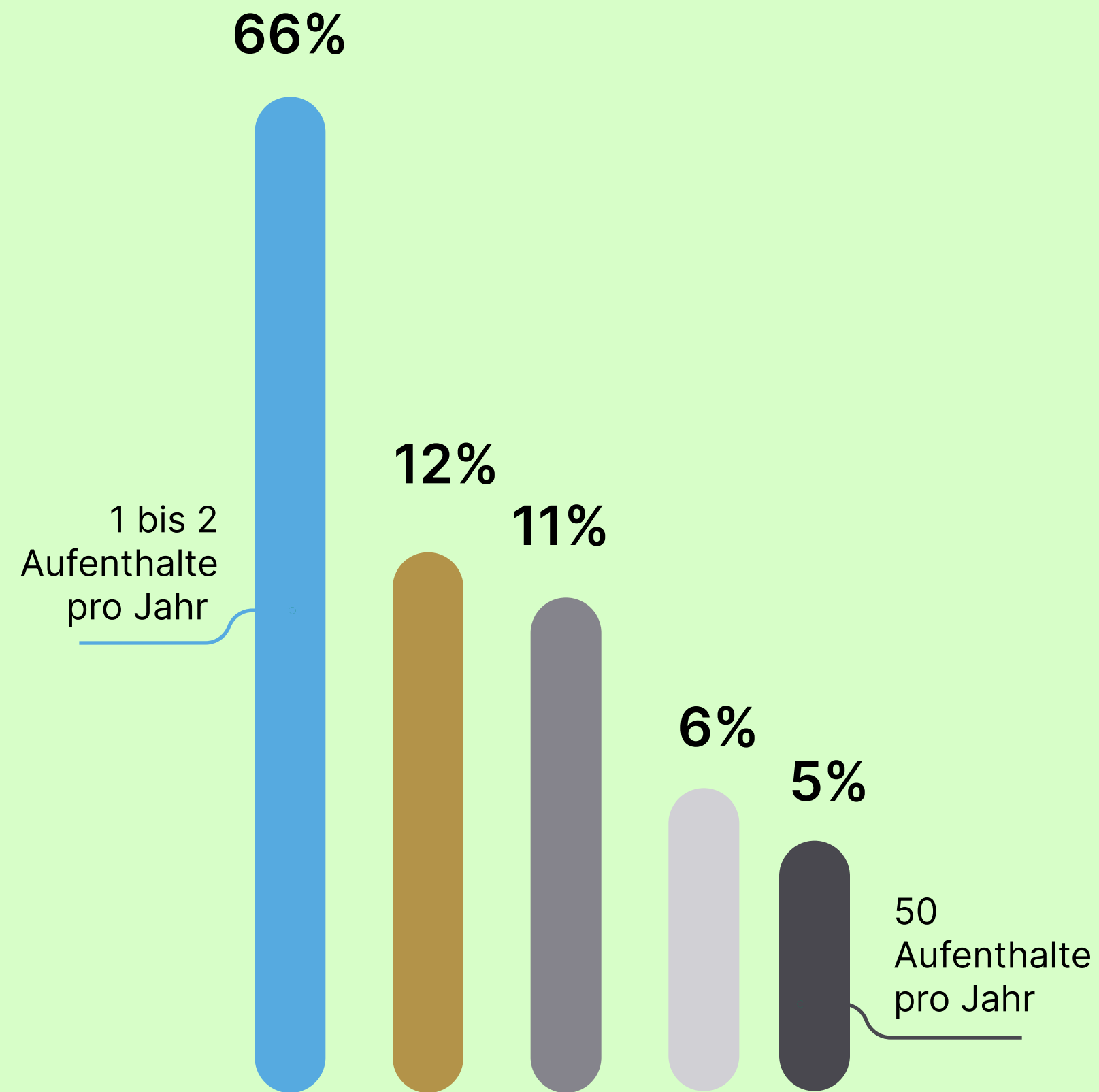
Best Western France nutzt das mobile Wallet, um das ganze Jahr über Highlights und Angebote zu informieren. Die Mitteilungen werden an ein bestimmtes Kundensegment oder an den gesamten Kundenstamm gesendet.

**Wer nutzt die
Treuekarte
Best Western
Rewards®?**



Aufteilung der Nutzer:innen des Mobile Wallets nach Status

Kund:innen mit dem Status „Diamond Select“ stellen nur einen sehr geringen Anteil der Kundenbasis dar. Mit einer **Opt-in-Rate von 5 %** sind dies Kund:innen, die das Wallet am häufigsten über ihr Smartphone nutzen.



Diamond select

Diamond

Platinum

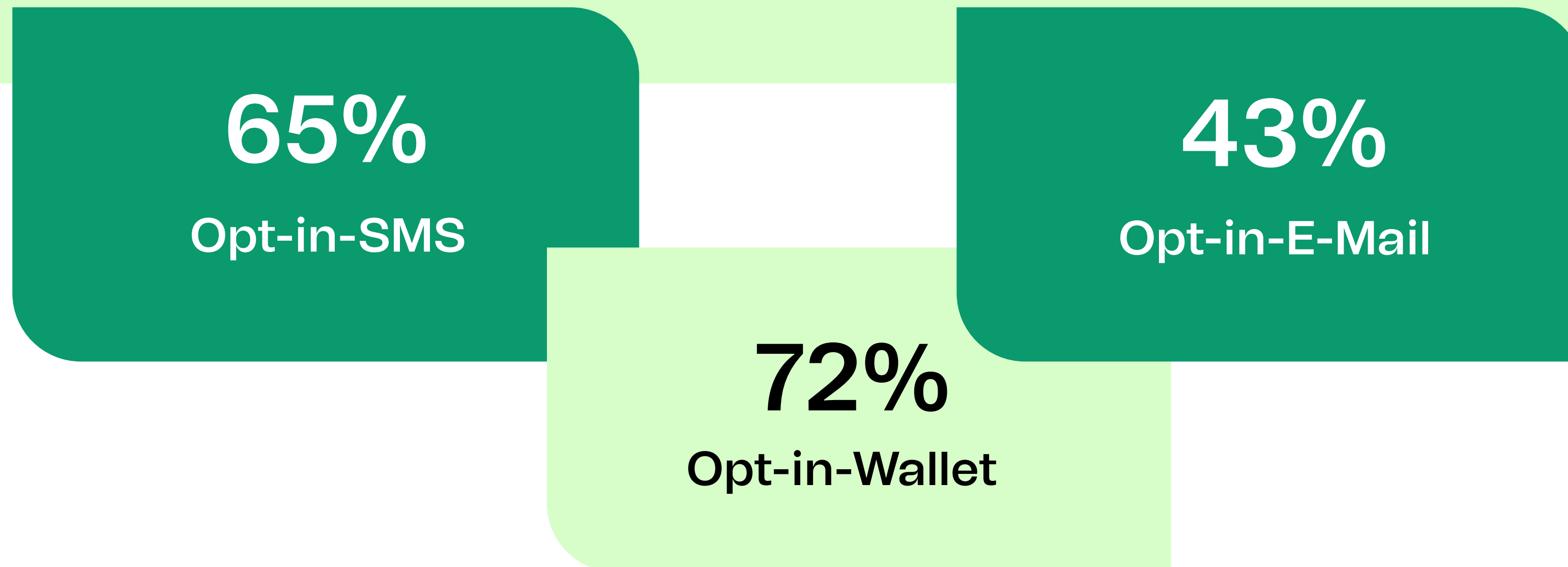
Gold

Blue

Das Mobile Wallet als Hauptkommunikationskanal

Für Mitglieder mit dem Status „Diamond“ und „Diamond Select“

Best Western France bevorzugt das Mobile Wallet für die Bewerbung ihrer Angebote.
Die Reichweite ist bei diesem Kundensegment viel höher als bei anderen Kanälen.



Reaktivierung inaktiver Kund:innen

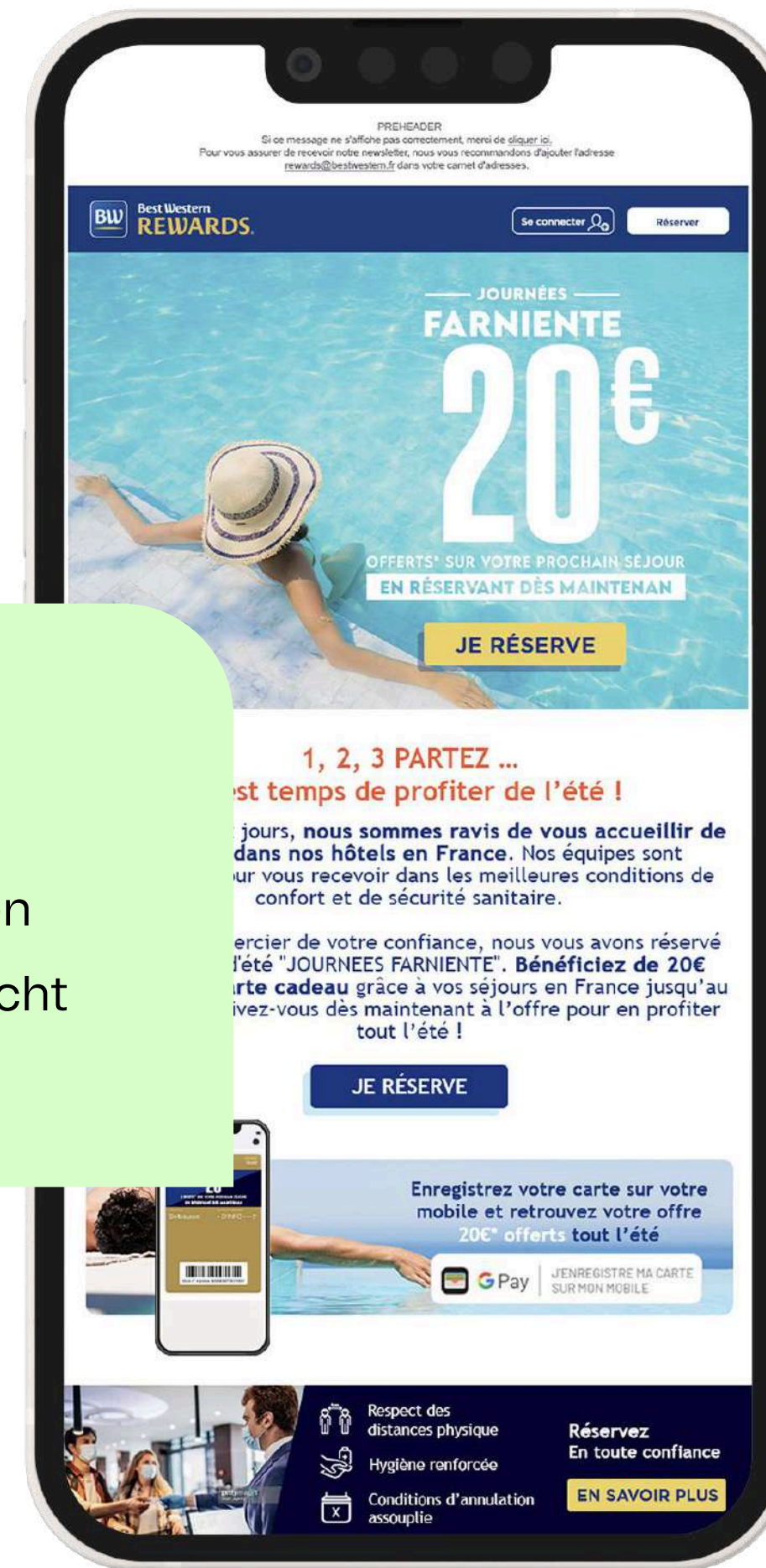
Werbekampagne, die sich an potenziell abwandernde und an seit 18 Monaten inaktive Kund:innen richtet.

54%

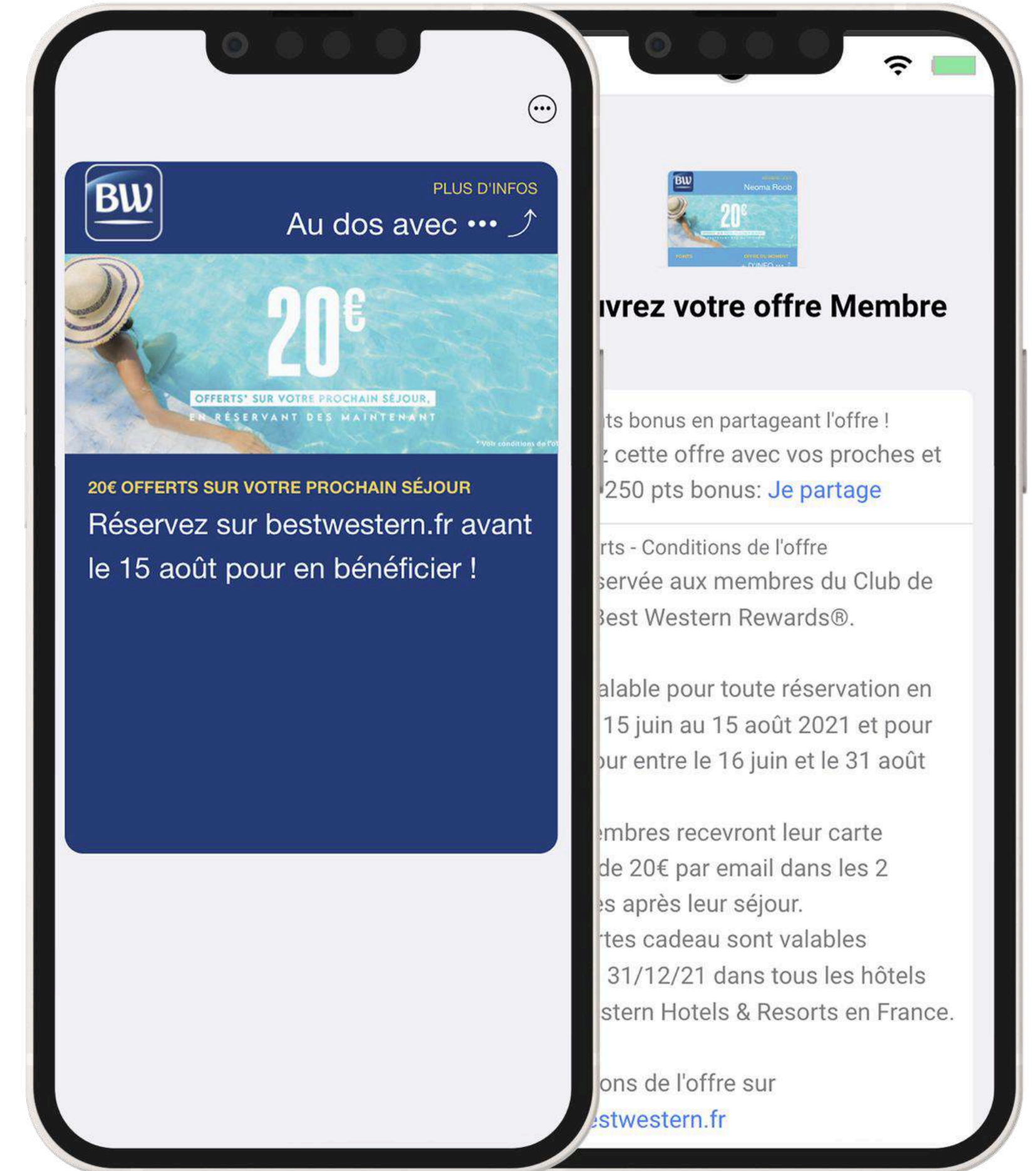
davon haben seit über 18 Monaten keinen Aufenthalt bei Best Western France gebucht

14%

dieser Kund:innen haben einen erneuten Kauf getätigt

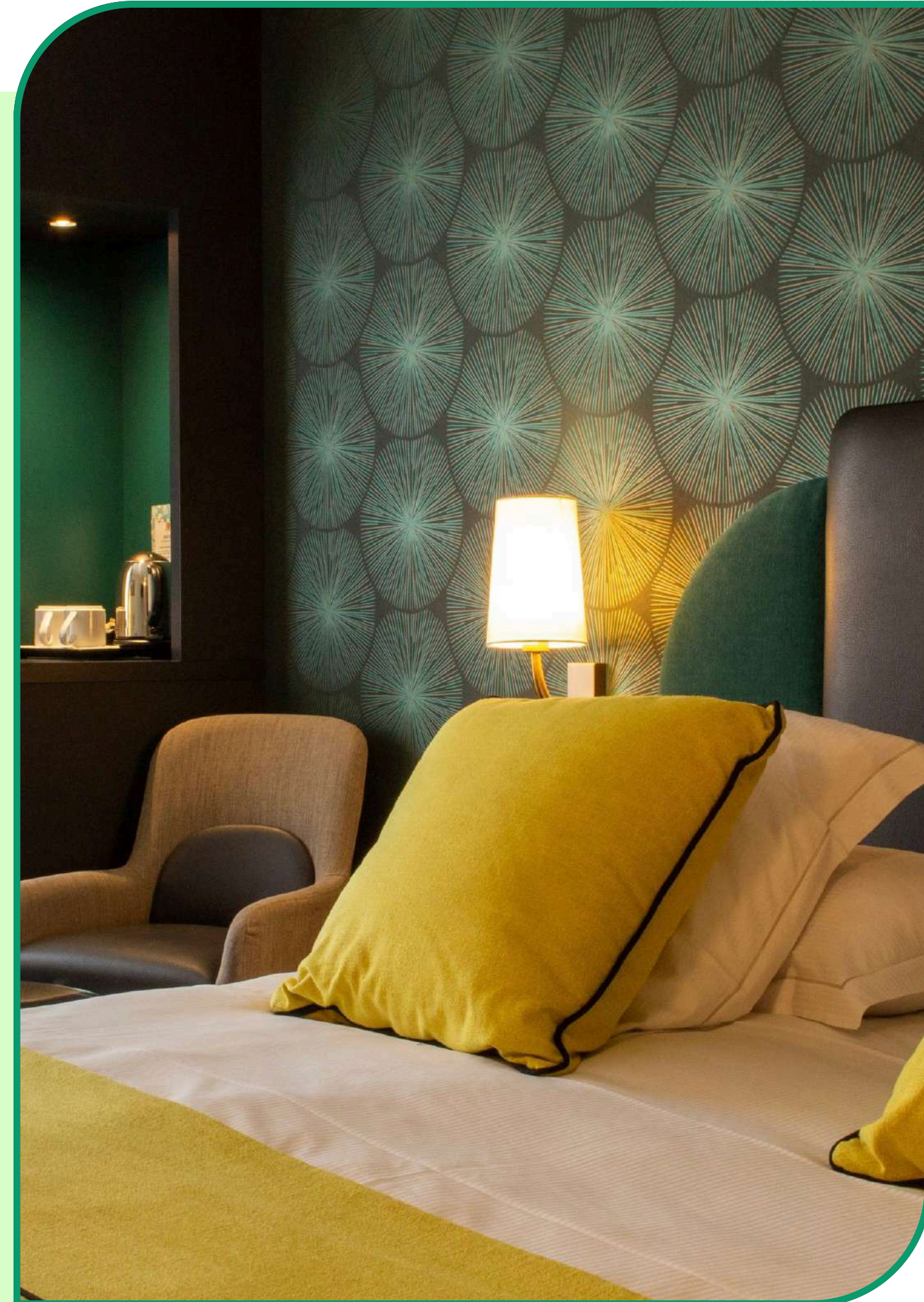


E-Mail an inaktive Kund:innen



Angebot, das in das Wallet der inaktiven Kund:innen hochgeladen wird

Das Mobile Wallet erfüllt die Ziele von Best Western France

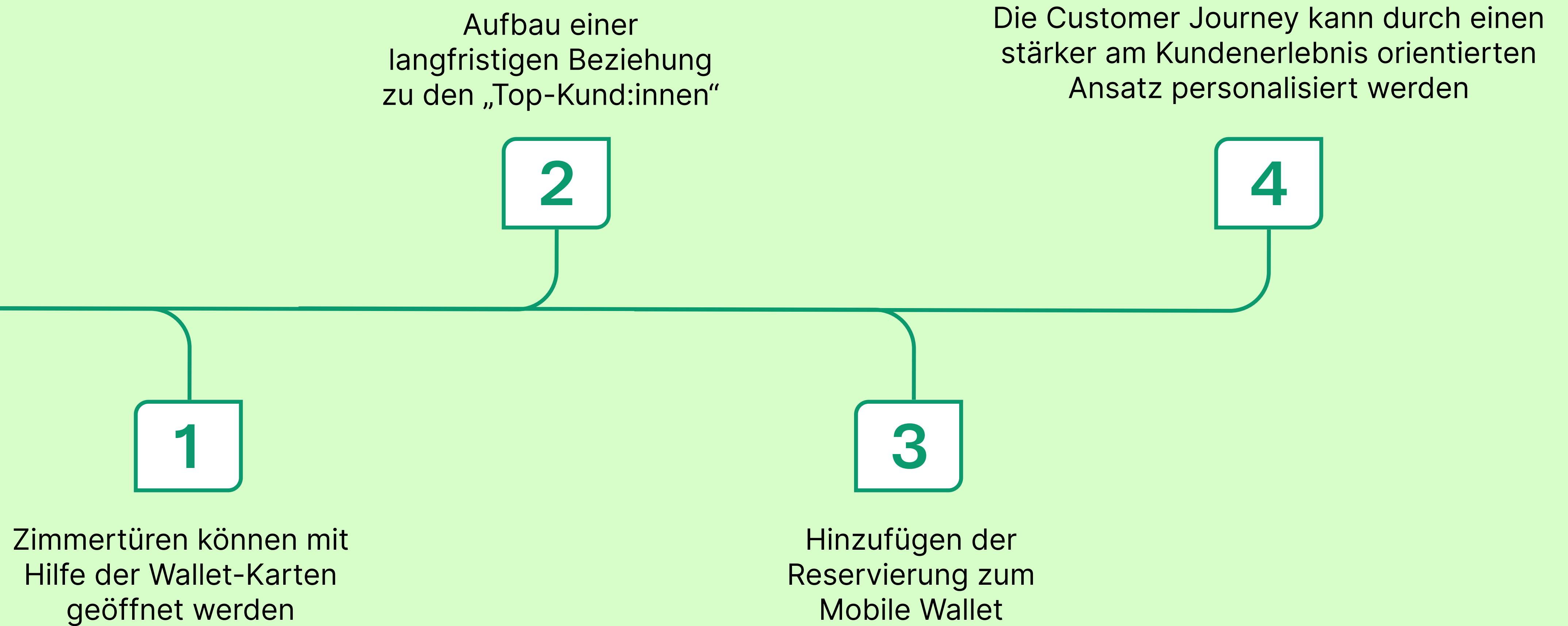


Ein effizienter Aktionsplan, der durch den regelmäßigen Versand exklusiver Best Western Rewards®-Angebote unterstützt wird.

Erfolgreiche Kundenreaktivierung dank eines Werbeangebots für inaktive Kund:innen im Mobile Wallet

Ein neuer digitaler Kanal, vor allem für die „Top-Kund:innen“ genutzt wird

Die nächsten Schritte





Brevo Wallet

Email

team@brevo-wallet.com

Telefon

[+49 30 30015132](tel:+493030015132)

Mehr als 250 Unternehmen vertrauen uns

