

18. SEPTEMBER, 11 UHR

# BLACK FRIDAY & GAMIFICATION

NEUE CHANCEN FÜR 2020



**Uwe Klapka**  
Country Director  
Germany

**Lead**Famly



**Nils Michaelis**  
CMO

**Lead**Famly

# Uwe & Nils



**Uwe Klapka**

Country Director, Germany

Uwe leitet seit 2019 die deutsche Dependence von LeadFamily und bringt 25 Jahre Erfahrung aus den Bereichen Sales & Marketing mit.

Zuvor war er u. a. für XING und diverse SaaS-Companies tätig.



**Nils Michaelis**

Chief Marketing Officer

Nils ist seit 2019 CMO bei LeadFamily und leitet die Marketingaktivitäten aus dem HQ in Dänemark.

Nils arbeitet seit 12 Jahren mit SaaS-Lösungen, zuletzt bei Google und Trustpilot.

# Über LeadFamily



# Über LeadFamily

\_\_\_\_\_ **Gegründet 2017 in Aarhus, Dänemark**

\_\_\_\_\_ **Europas größte Gamification-Plattform (SaaS)**

\_\_\_\_\_ **500+ Kunden in allen Sektoren**

z.B. McDonald's, Vero Moda, Grundfos, Danfoss, IKEA, Rituals, Bauhaus, ALDI, Lidl, Coca Cola, Sunny Cars, Arla, Philip Morris, Legoland, UNICEF, etc.

\_\_\_\_\_ **Berlin, London, Helsinki, Amsterdam, Aarhus (HQ)**



# Agenda

\_\_\_\_\_ **E-Commerce Entwicklung in Deutschland**

\_\_\_\_\_ **Black Friday 2020: Worauf es ankommt**

\_\_\_\_\_ **Gamification: 5 konkrete Empfehlungen**

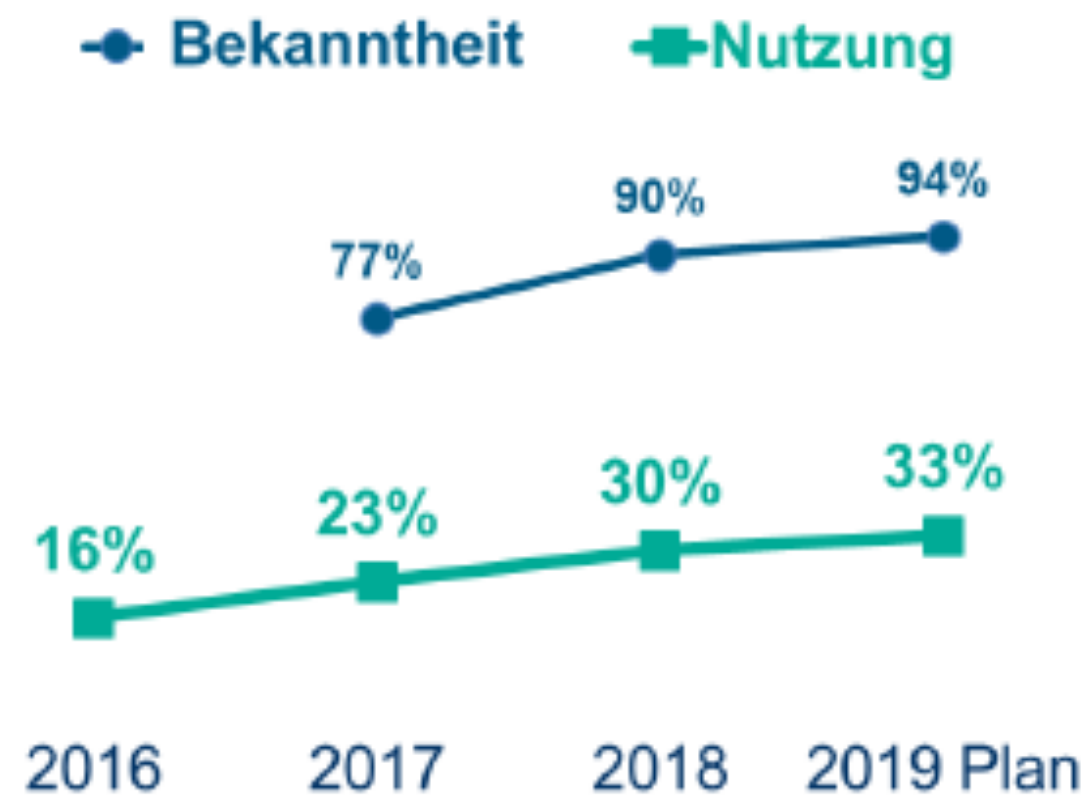
\_\_\_\_\_ **Q & A**



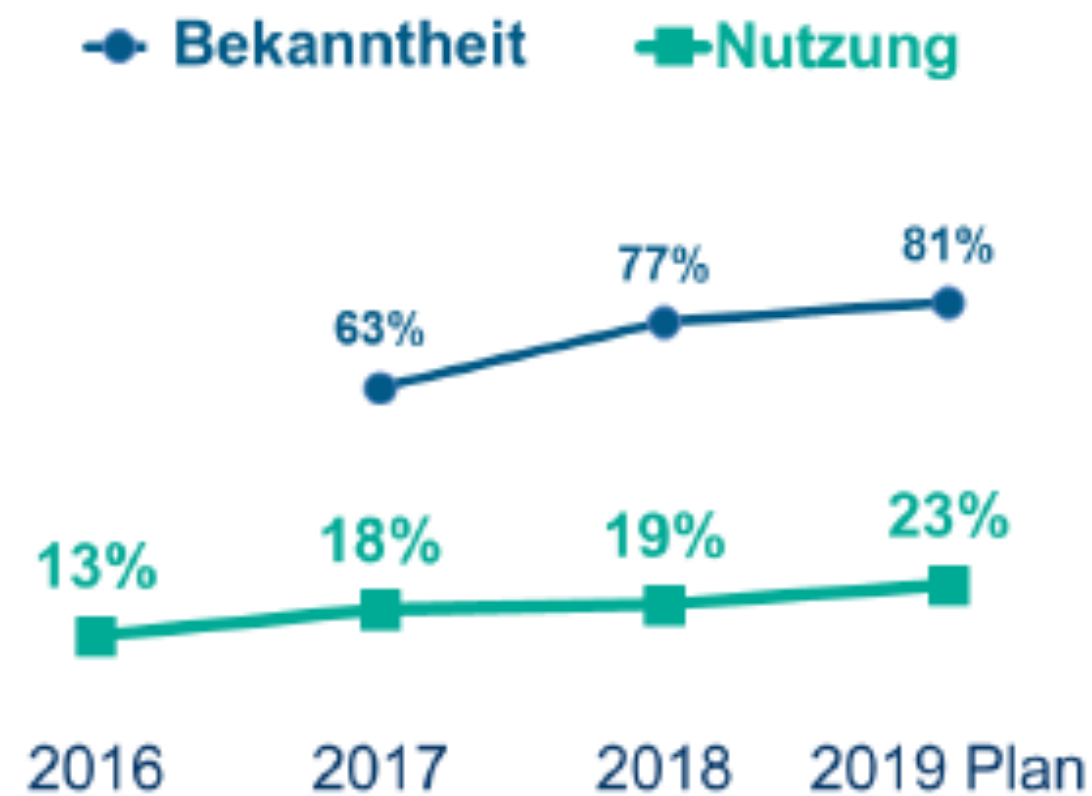
# Black Friday in Deutschland

Bekanntheit und Nutzung von Black Friday und Cyber Monday 2016-2019

## Black Friday



## Cyber Monday



IFH Köln, 2019

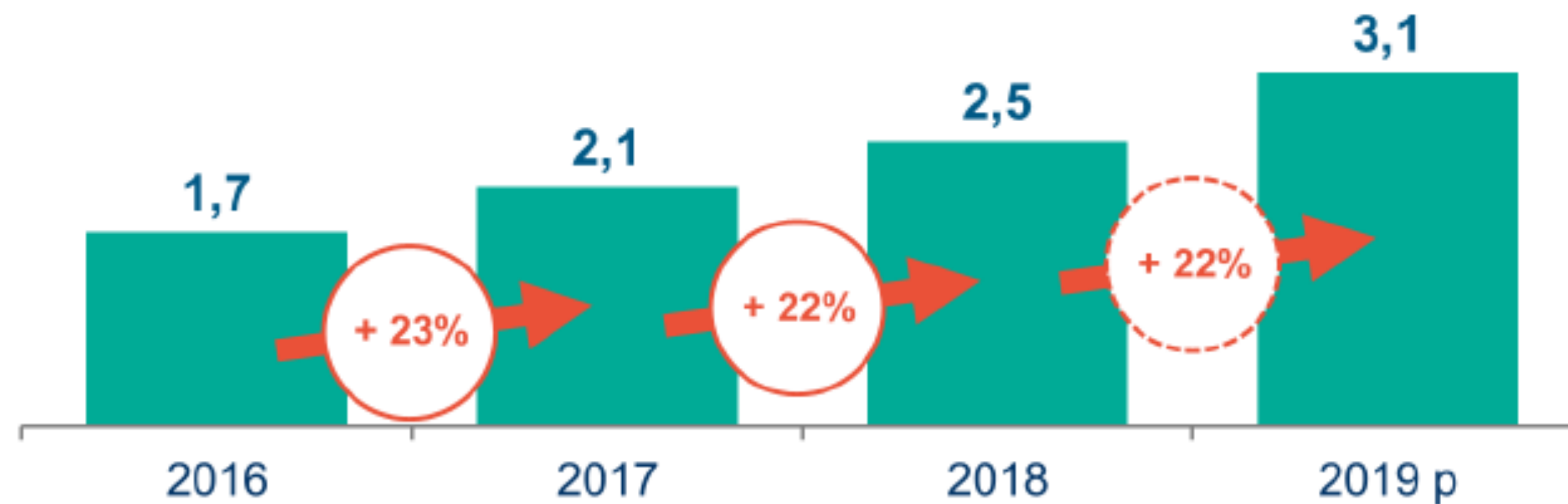
Frage: „Welche der folgenden Händleraktionen kennen Sie und an welchen dieser Aktionen haben Sie im Jahr 201X reduzierte Produkte gekauft?"; Angaben in %; Abweichungen zum Vorjahr in Prozentpunkten; Onlineshopper 20-69 Jahre: n = 989



# Black Friday in Deutschland

Aktionsausgaben an Black Friday und Cyber Monday 2016-2019

in Mrd. Euro

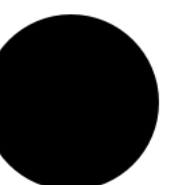
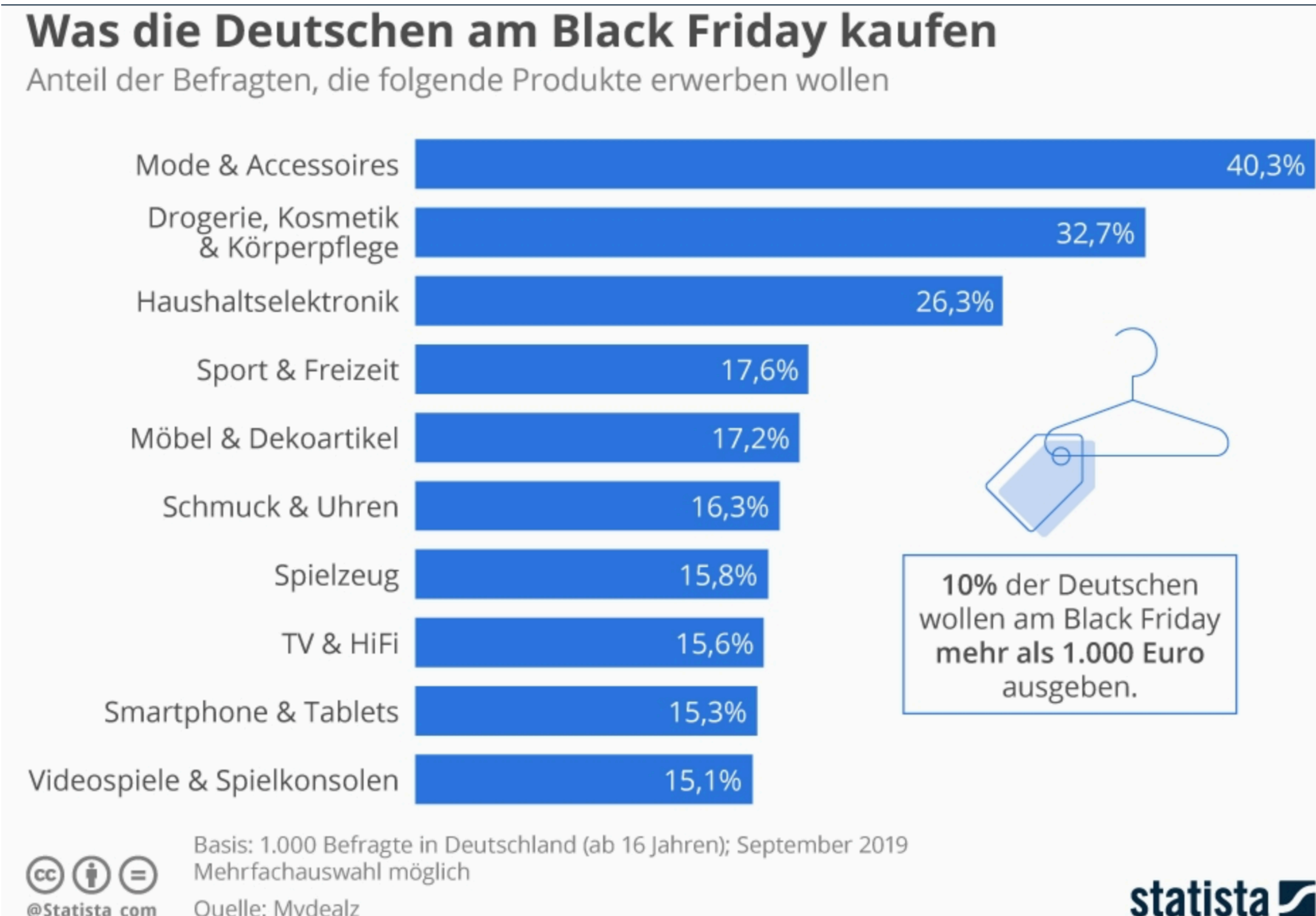


IFH Köln; 2019 p=Prognose





# Was wird gekauft?





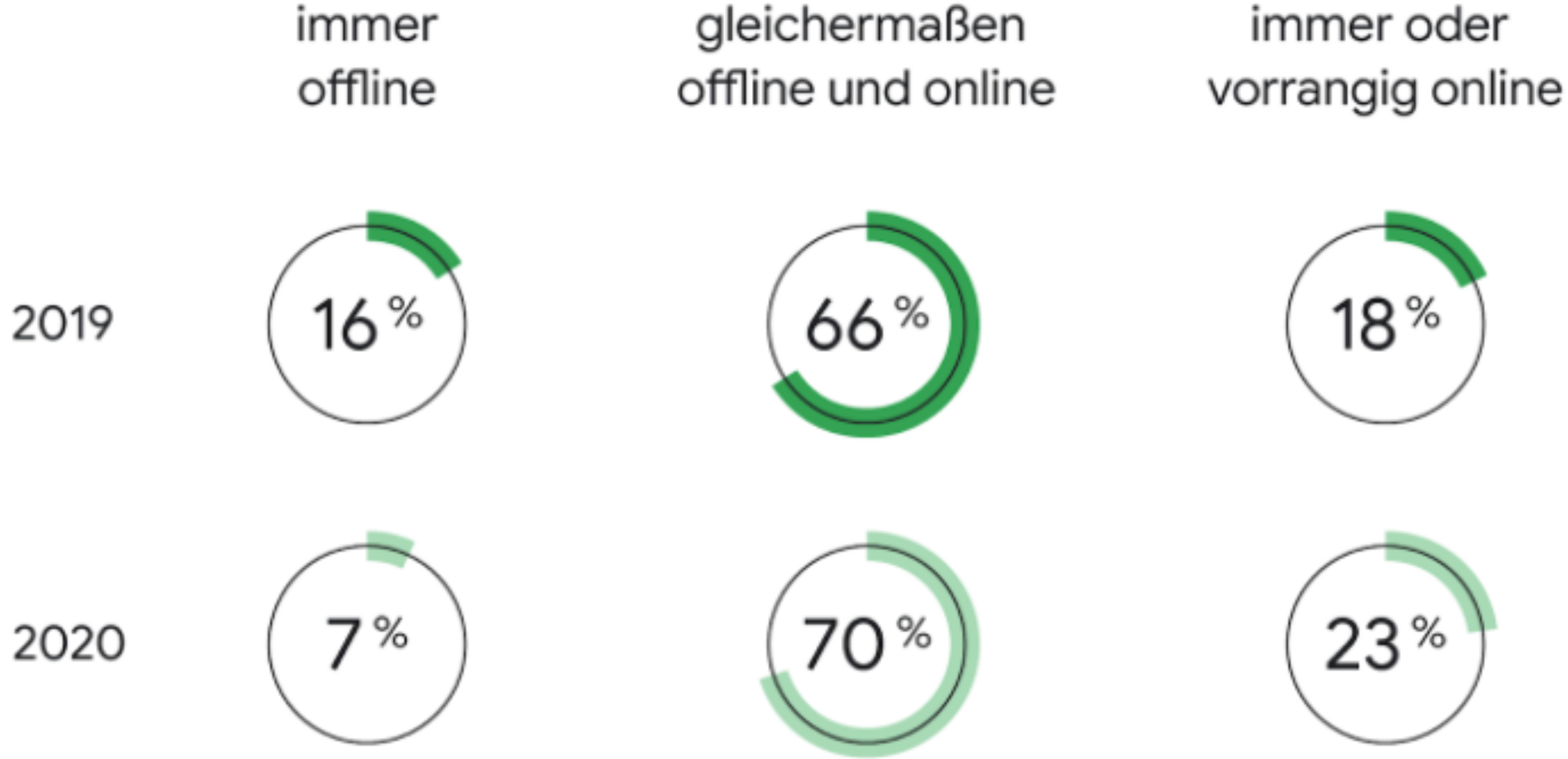
# E-Commerce in Zeiten von Corona

- Trend zum E-Commerce nochmals beschleunigt
- Customer Journeys beginnen im Internet
- Verbraucher sind offen für neue Angebote
- "Silver Surfer" besonders internetaffin

Source: [Think With Google](#)



# Trend zum E-Commerce nochmals beschleunigt



Source: [Think With Google](#)

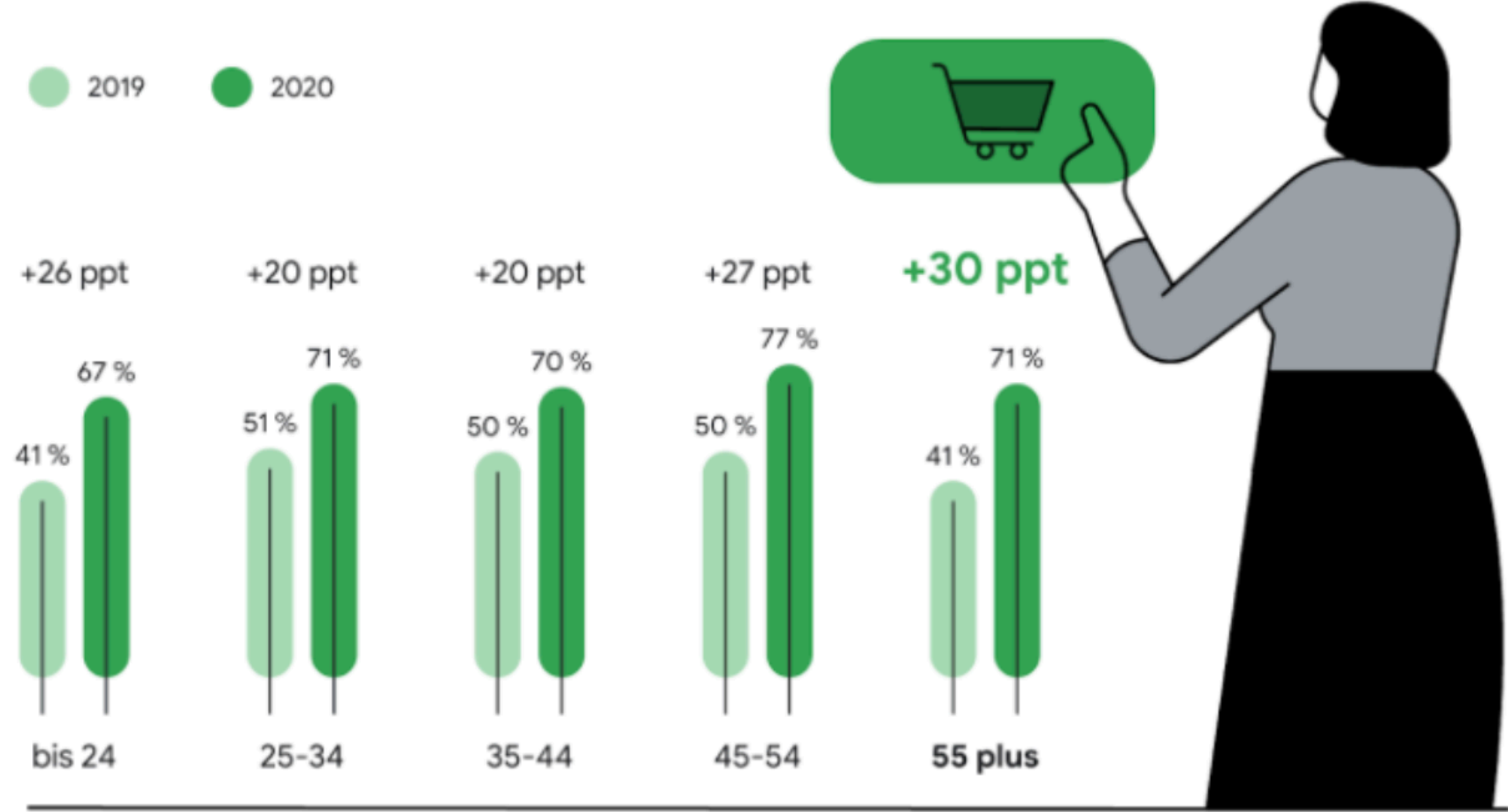
# Verbraucher sind offen für neue Angebote



Think with Google  
Käufer, die kürzlich bei einem Einzelhändler, auf einer Plattform oder bei einer Marke eingekauft haben, bei der sie noch nie zuvor eingekauft haben  
Quelle: Google, Smart Shopper, Deutschland, April 2020.

Source: [Think With Google](#)

# Silver Surfer besonders internetaffin



Think with Google  
Online-Einkäufe 2019 vs. 2020 je Alterssegment  
Quelle: Google, Smart Shopper, Deutschland, April 2020 (2019).

Source: [Think With Google](#)

# Customer Journeys beginnen im Internet

**94%**<sup>1</sup>

**aller Kaufvorgänge  
starten mit einer  
Recherche auf einer  
Suchmaschine**

*"Wie verbessere ich  
meine Visibilität auf  
Google?"*

**70%**<sup>2</sup>

**aller E-commerce-  
Kaufvorgänge werden  
ohne Kaufabschluss  
beendet**

*"Wie verringere ich meine  
Drop-Off-Rate?"*

**5%**<sup>3</sup>

**war 2019 die  
durchschnittliche Klickrate  
für Marketing-E-Mails**

*"Wie kann ich die  
Engagementrate unserer  
Marketing-E-Mails verbessern?"*

Source: (1) [neilpatel.com](https://neilpatel.com), 2020 (2) [kinsta.com](https://kinsta.com), 2020 (3) [sendinblue.com](https://sendinblue.com), 2020



# Black Friday: Worauf es ankommt

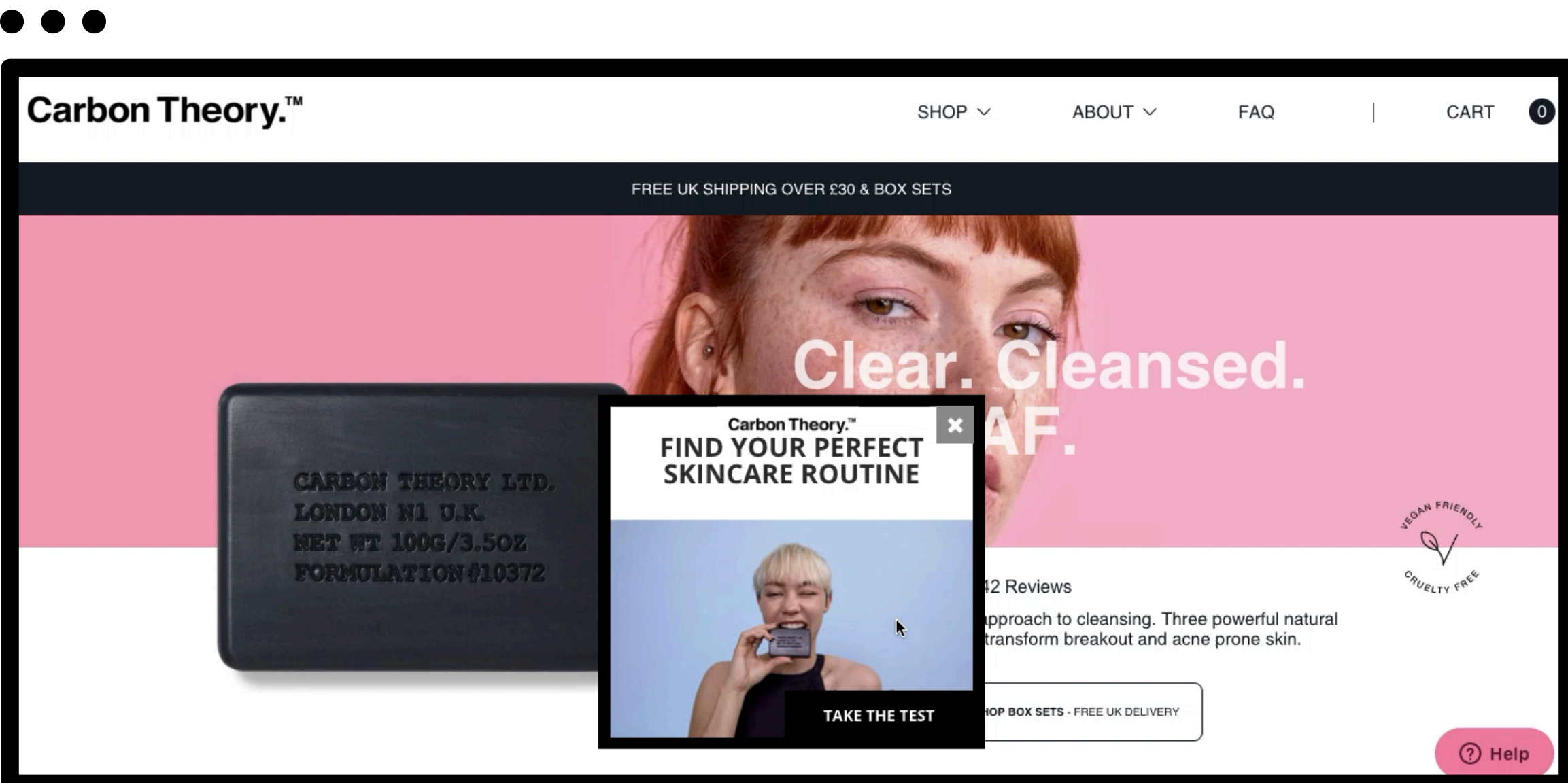
- 1 Drop-Off-Rate optimieren
- 2 Möglichkeiten beim Stöbern und Bestellen
- 3 Effizientes E-Mail-Marketing
- 4 Erhöhten Traffic nutzen: neue E-Mail-Kontakte für die heiße Vorweihnachtsphase generieren
- 5 Retargeting-Möglichkeiten





# Gamification & Black Friday

Drop-Off-Rate optimieren

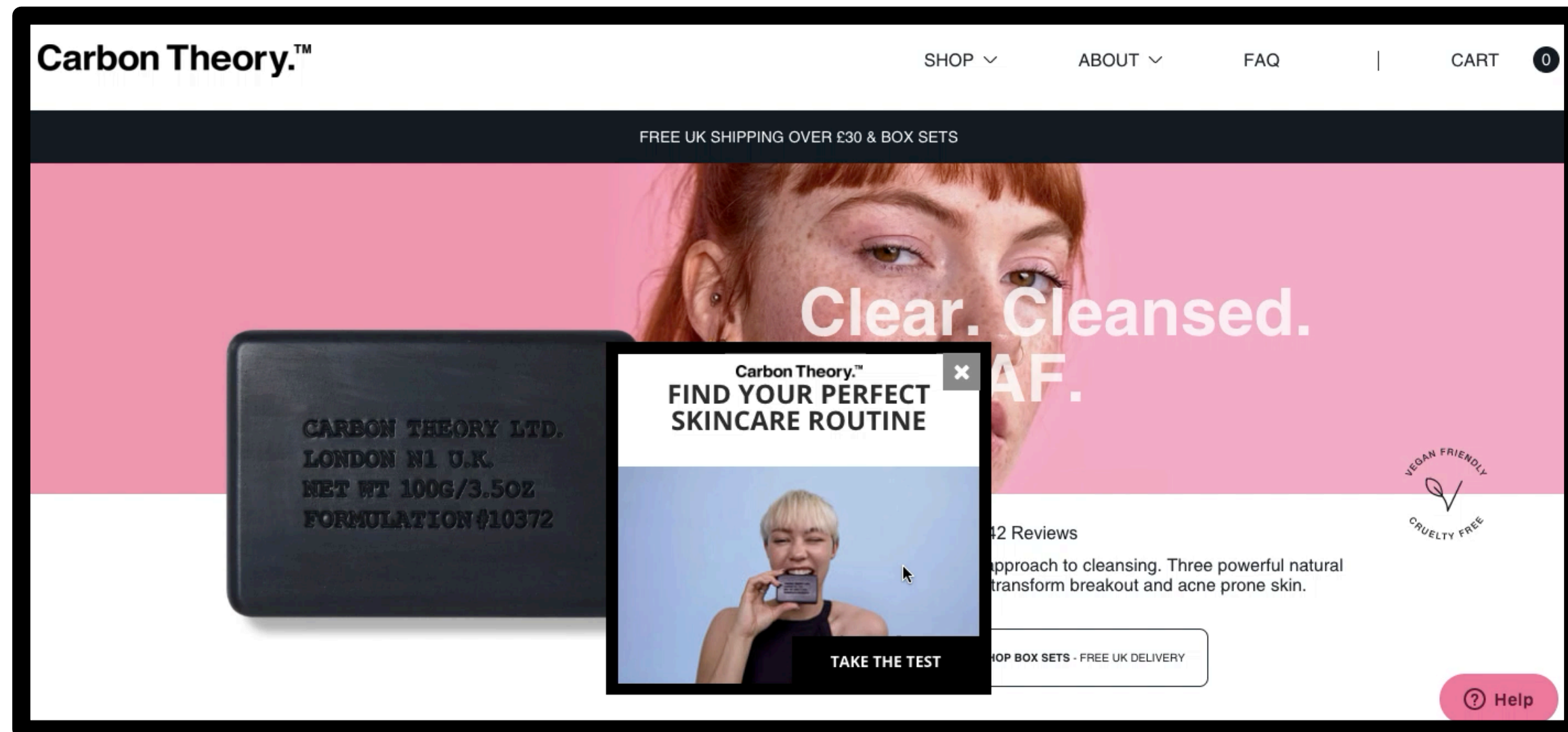


Interaktives Pop-up

# Gamification & Black Friday

Drop-Off-Rate optimieren

...



**Interaktives Pop-up**

- **Zeit-basiert** (z.B. nach x Sekunden im Warenkorbbereich ohne Kaufabschluss)
- **Exit-Intention** (Maus-Cursor über dem 'X')
- **Einblenden von Service-Angeboten** (z.B. gratis Fracht oder Click & Collect)



# Gamification & Black Friday

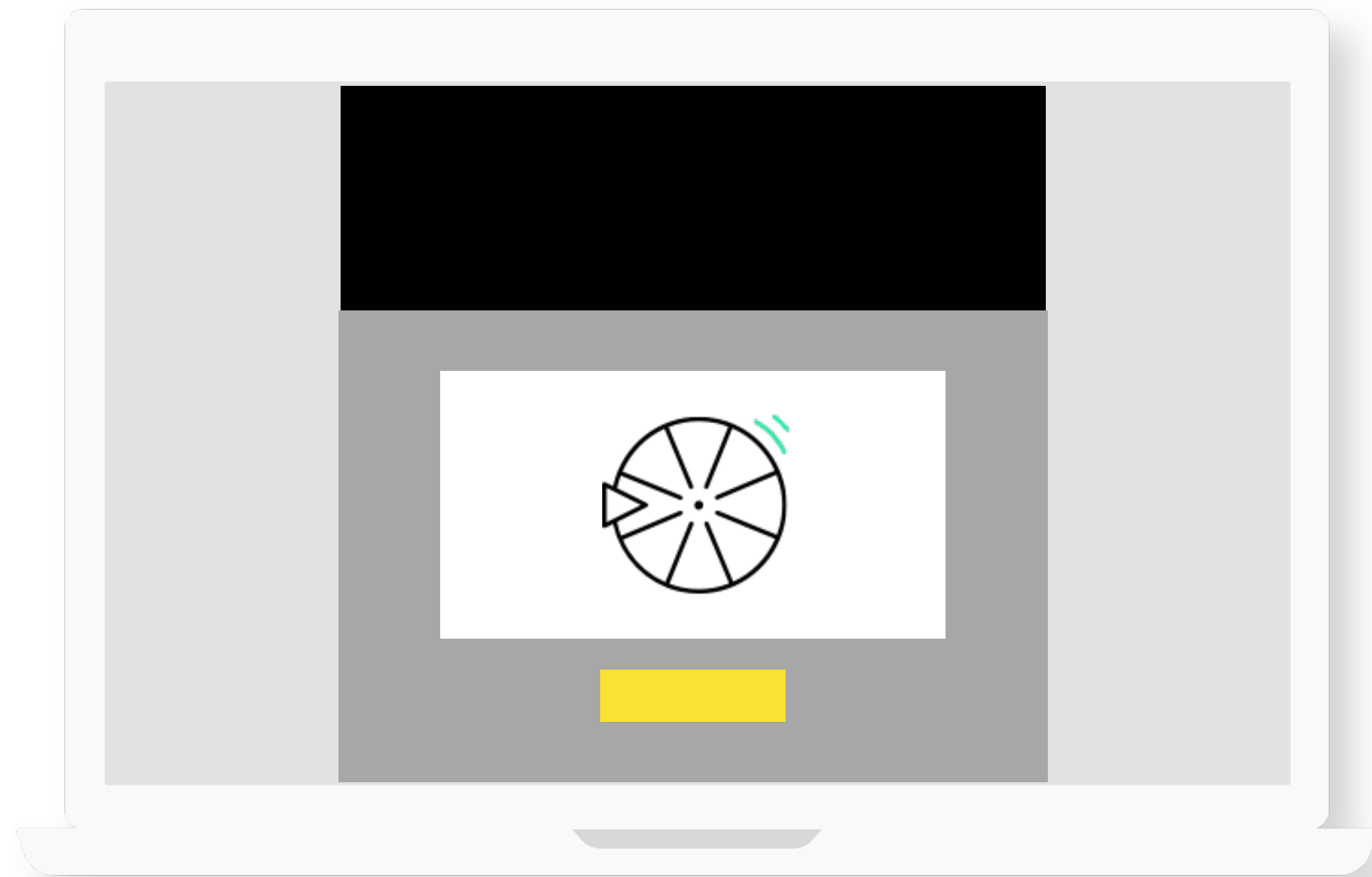
Möglichkeiten beim Stöbern und Bestellen

- Nutzen Sie **dynamische pop-ups** um relevante Angebote zu pushen
- %-Gutscheine gewinnen (**Pop-ups mit integrierten Spielkonzepten**: Glücksspiel, Wissensspiel, Schätzung, etc.)
- Gratis-Fracht bzw. Abholmöglichkeiten (One-Click & Collect) bewerben (pop-up, banner)



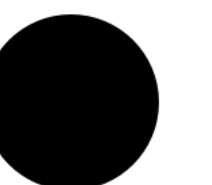
# Gamification & Black Friday

Effizientes E-Mail-Marketing



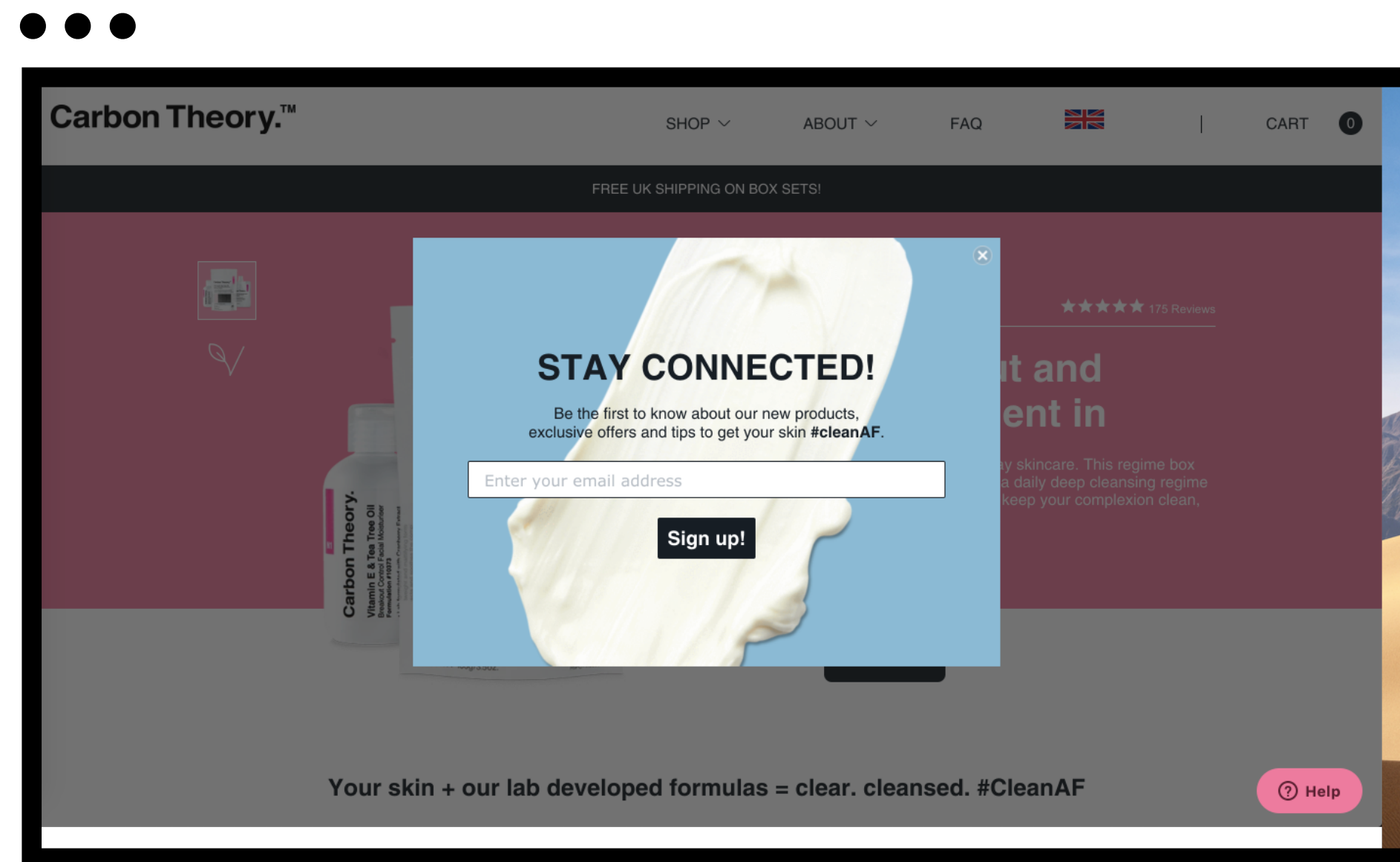
## Beispiel:

- E-Mail an Kontakte ohne Kaufabschluss in den letzten 90 Tagen
- An Black Friday versenden oder am Vortag
- Möglichkeit einen Kaufgutschein zu gewinnen
- Anreiz um Ihre Website zu besuchen
- Wahrscheinlichkeit des Kaufabschlusses steigt



# Gamification & Black Friday

Erhöhten Traffic nutzen: neue E-Mail-Kontakte für die heiße Vorweihnachtsphase generieren



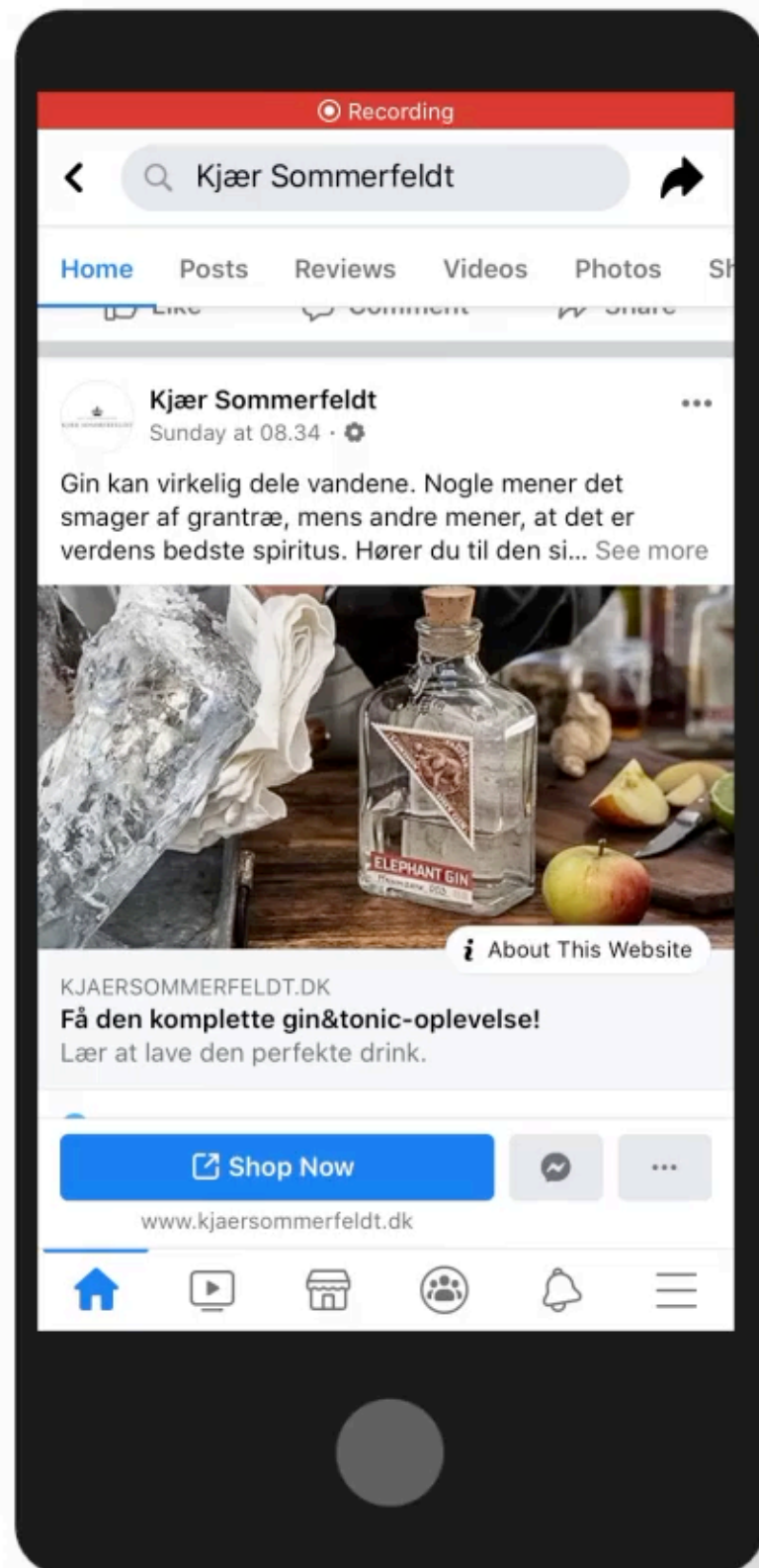
Pop-up zur E-Mail-Registrierung





# Gamification & Black Friday

Retargeting: Einkauf-Gutschein gewinnen





# Gamification & Black Friday

5 Game Mechanics

**THE 5 GAME MECHANICS**

- CHALLENGE**: Represented by a blue circle with a white mountain peak icon.
- REWARD**: Represented by a dark grey circle with a white trophy icon.
- MIRRORING**: Represented by a yellow circle with a white hand icon.
- COMPETE**: Represented by a red circle with a white medal icon.
- HAVE FUN**: Represented by a white circle with a grey smiley face icon.

LeadFamily

# Black Friday 2020: Tips & Trends

\_\_\_\_\_ Gerücht Amazon: Vorgezogener Black Friday? Prime Day für Alle?

\_\_\_\_\_ E-Commerce im Höhenrausch: wie verändert sich das Kaufverhalten?

\_\_\_\_\_ Gratis-Versand / Abholung am Straßenrand/Shop

\_\_\_\_\_ Black Friday im B2B



# Key takeaways

- ① "Silver Surfer" immer internetaffiner
- ② E-Mail-Kampagne vor Black Friday: Engagement-Rate mit Gamification erhöhen
- ③ Black Friday 2020: Zusätzlichen Traffic auf der Website effizient nutzen: Pop-ups, neue E-Mail-Abonnenten gewinnen
- ④ Gamification steigert die Effektivität Ihrer Retargeting-Kampagnen



Q&A

# **Ebook:** 25 Tips zum Online Adventskalender



**Gratis Ebook** in Ihrem  
GoToWebinar Control Panel



# Neugierig geworden?



**Uwe Klapka**

Country Director, Germany

E-Mail: [uwe@leadfamily.com](mailto:uwe@leadfamily.com)

Mobil: **+49 171 491 00 97**

- **Möglichkeiten mit Gamification**
- **LeadFamily Plattform-Demo**
- **Erfolgsgeschichten anderer Unternehmen**

