



+



FALLSTUDIE

Wie Videostream seinen E-Mail-ROI um das 10-fache steigern konnte



Zusammenfassung

Videostream ist eine Video-Streaming-Plattform, die es Verbrauchern ermöglicht, Videos nahtlos anzusehen. Videostream gestartet als Low-Volume-Sender mit Mailjet und jetzt auch als sendet jeden Monat über 3 Millionen E-Mails (und wachsend) als Custom Enterprise Client.

Der größte Treiber für den Wechsel zu einem Unternehmen Plan war die Expertise zur Lieferfähigkeit, die sie waren. zugänglich zu machen, und es hat sich mit einer Steigerung ausgezahlt. in den Öffnungsraten, ein deutliches Wachstum des ROI und ein deutliches Wachstum des ROI. Steigerung des Gesamtengagements auf breiter Front.

1.5M

Nutzer

415 %

Verbesserung Gesamtöffnungen

18 %

Durchn. Öffnungsrate



Über Videostream

Videostream ist eine Anwendung, die Video-, Musik- und Bilddateien drahtlos an Googles Chromecast überträgt. Es war ursprünglich eine Google Chrome-Anwendung, bis Google die Einstellung des Chrome App Store bekannt gab. Seit 2018 läuft Videostream sowohl direkt auf dem Computer als auch in einer Chrome App.

Herausforderung

Als Self-Service-Kunde verfügte Videostream über keinerlei Erfahrung oder Fachwissen im Bereich E-Mail. Sie hatten ein großartiges Produkt mit einer riesigen **Kundenbasis von über 1,5 Millionen aktiven Nutzern**, aber Videostream hatte Schwierigkeiten damit, ihre Kundenbasis durch E-Mail Marketing zu binden. Sie wussten, dass sie ihre Nutzer erreichen mussten, um sie zu motivieren und ihre Marke im Blick zu behalten, waren sich aber nicht sicher, wie.

Mit Mailjet konnte Videostream dieses Problem lösen.

Der größte Treiber für den Wechsel zu einem individuellen Enterprise-Plan war das **Fachwissen des Mailjet Teams über E-Mail Zustellbarkeit**, auf das Videostream jederzeit zurückgreifen kann. Dieses Wissen zahlt sich bis heute aus.

Ergebnisse

Infolge der fortgeschritteneren Zielgruppenansprache und Segmentierung **verbesserte sich ihre Reputation drastisch**, und mehr E-Mails schafften es in den Posteingang als in den Spam-Ordner. Gepaart mit einer regelmäßigeren Trittfrequenz, die einmal pro Woche einen Newsletter verschickt, wussten ihre Kunden, dass sie auf der Suche nach der neuen Botschaft sind und engagierten sich dadurch viel häufiger.



Dies alles führt **zu einer massiven Steigerung des ROI**. Vor der Umstellung auf einen benutzerdefinierten Plan gab Videostream im Durchschnitt \$20,14 pro 1.000 Öffnungen aus, da sie an ein großes Publikum sendeten und nicht belohnt wurden. Nachdem sie ihre Listen bereinigt und eine regelmäßige Versandfrequenz eingestellt haben, haben sie **jetzt ein CPM von nur \$2.02**.

In Zusammenarbeit mit dem technischen Kundenbetreuer Team von Mailjet konnte Videostream **die Öffnungsraten von unter 2% auf 18% steigern!** Tatsächlich stiegen die Gesamtöffnungen über die reinen Öffnungsraten hinaus um 415% von durchschnittlich 15.000 auf über 75.000 pro Kampagne.

Über 40 000 Unternehmen entwickeln mit Mailjet starke Apps und E-Mail-Strategien.



Über 40 000 Unternehmen weltweit nutzen Mailjet by **Sinch**, um die Beziehung mit ihren Kunden und Abonnenten zu stärken und ihr geschäftliches Wachstum mit E-Mail-Marketing auszubauen. Marken wie Microsoft, Kia Motors und Spiegel Online versenden mit Mailjet jedes Jahr mehrere Milliarden E-Mails. Unternehmen erhalten einen intuitiven Drag-and-Drop-E-Mail-Kampagnen-Builder und benutzerfreundliche Zustellbarkeits-Funktionen, um ansprechende E-Mails ganz ohne Programmieraufwand zu erstellen und zu versenden.

Weitere Informationen erhalten Sie unter mailjet.com/de.