

«sobu hat grosses Potenzial»

Sandra Bonati
Produktmanagerin

Postshop.ch setzt auf sobu als eines ihrer Marketinginstrumente. Die Bilanz ist durchwegs positiv: Neukunden konnten mit wenig Aufwand und kostengünstig hinzugewonnen werden, sagt Produktmanagerin Sandra Bonati. «Die Entwicklung ist positiv.»

Postshop.ch verfügt über ein breites Angebot: Neben herkömmlichen Postprodukten wie Briefmarken oder Papeterieartikel bietet der Onlineshop auch Computer, Unterhaltungselektronik, Spielwaren, Uhren, Telefone, Geschenkkarten und vieles mehr an. Um das Angebot bekannt zu machen, setzt der Postshop seit August 2014 auch auf sobu als Marketinginstrument. «Wir haben uns aufgrund der Neukundengewinnung für sobu entschieden», sagt Sandra Bonati, Produktmanagerin von postshop.ch.

Drei Prozent Provision für User

Wie funktioniert sobu im Postshop? «Das ist wie eine grosse Mund-zu-Mund-Propaganda», erklärt Sandra Bonati. Die User werden nach ihrem Einkauf gefragt, ob sie ihre Einkäufe über Social-Media-Kanäle wie z. B. Facebook posten möchten. Reagiert ein Freund auf die Kaufempfehlung, bekommt der Erstuser 3 Prozent Provision auf den vermittelten Einkauf. Zudem erhält jeder, der erstmals auf den Empfehlungslink klickt und einen Einkauf ab 50 Franken tätigt, 10 Franken Rabatt.

«Damit kann ein schöner Verdienst erzielt werden», erklärt Bonati. Erstaunlicherweise sind nicht die jüngsten Kunden und Kundinnen die grösste Userschaft von sobu, sondern die Altersgruppe der 25- bis 40-Jährigen. Bedenken wegen Datenschutz oder negative Feedbacks habe es nie gegeben, zeigt sich die Produktmanagerin zufrieden.

«Die Zahlen sind sehr zufriedenstellend»

Die Kosten-Nutzen-Analyse von sobu «ist sehr zufriedenstellend und lohnend», zieht Sandra Bonati Bilanz. Wenn die IT einmal implementiert sei, verursache sobu nur wenig Aufwand. Das Ziel, neue Kunden zu gewinnen, wurde zur vollen Zufriedenheit erreicht. «Dank den Empfehlungen über sobu haben wir unsere Reichweite auf den sozialen Netzwerken erhöht und über 450'000 Personen erreichen können. Im Durchschnitt führt jede fünfte Empfehlung zu einem Nachkauf. Das ist eine sehr gute Performance.»

Optimistischer Blick in die Zukunft

Sandra Bonati ist überzeugt, dass die Entwicklung weitergehen wird. Seitdem der postshop.ch auf sobu setzt, ist das Wachstum konstant. «sobu ist noch jung und unsere Zusammenarbeit ebenfalls. Seit der Einführung ist die Entwicklung positiv.» Sie sieht keinen Grund, dass sich dies in Zukunft ändern wird: «sobu hat grosses Potenzial.»

