

Wie East Fork 52 % seiner Markenfans in wiederkehrende Kunden verwandelt.

Durch gezieltes Empfehlungs-Marketing
sorgt die US-Keramikmarke dafür, dass Kunden
wiederkommen – und ihre Freunde mitbringen.

mentionme × EAST FORK®



Deine Bestellung ist abgeschlossen.
Vielen Dank, Ricardo

Hallo, Claymate!

Möchtest du jemandem den Tag
verschönern? Erzähle deinen Liebsten von
East Fork – sie erhalten 20 € für ihren
ersten Einkauf bei uns. Keine
Erwartungen, keine Bedingungen – einfach
20 € für sie und ein gutes Gefühl für dich.

LOS GEHT'S

Durch die Annahme dieses Angebots stimmst du den Allgemeinen
Geschäftsbedingungen zu. Mehr Informationen und deine
Datenschutzrechte.

POWERED BY MENTION ME

14 Jahre nach den Anfängen als einzelner Töpfer auf einer Farm in North Carolina begann East Fork verstärkt auf das Wachstum im E-Commerce zu setzen – und führte 2022 Mention Me ein.

Beim Start ihres Empfehlungsprogramms wollte East Fork eine zentrale Hypothese testen: Würden treue Fans die Produkte auch ohne Belohnung weiterempfehlen?

Dafür starteten sie eine Aktion, bei der Fürsprecher ihren Freunden einen Rabatt schenken konnten – ganz ohne eigene Gegenleistung, nur für das gute Gefühl.

Das Experiment bestätigte die Vermutung: Fürsprecher empfahlen die Marke genauso oft weiter, egal ob sie eine Belohnung erhielten oder nicht.

Diese treuen Kundenfürsprecher, liebevoll „Claymates“ genannt, sind äußerst wertvoll. Ihr **Extended Customer Revenue (ECR) ist doppelt so hoch** wie der von Kunden, die keine Empfehlungen aussprechen.

Die Begeisterung wirkt ansteckend: Empfohlene Neukunden **bringen doppelt so viele** neue Kunden wie diejenigen, die East Fork ohne Empfehlung entdeckt haben.

East Fork arbeitet nun daran, die Bindung zu seinen Fans weiter zu stärken und ihre Loyalität noch besser zu nutzen. **Der nächste Schritt:** Kunden basierend auf ihrer Empfehlungsbereitschaft gezielt ansprechen und Erlebnisse schaffen, die weiteres Empfehlungsverhalten fördern.

Mit der Strategie, Empfehlungen in den Mittelpunkt zu stellen, erzielt East Fork enorme Erfolge



Empfohlene Kunden bringen selbst doppelt so viele neue Kunden.



der empfohlenen Kunden werden über Name Share® gewonnen.



der Empfehlungen führen zu neuen Kunden.



der Fürsprecher tätigen erneut Einkäufe.



Wir wollten mehr wertvolle Kunden gewinnen – auf eine nachhaltige Weise, die authentisch zu unserer Marke passt. Ein Empfehlungsprogramm mit Mention Me war der richtige Schritt, um diese Strategie erfolgreich umzusetzen.

Neben der Förderung von Wiederholungskäufen bei bestehenden Kunden gewinnen wir gleichzeitig wertvolle neue Stammkunden. Der nächste Schritt: First-Party-Empfehlungsdaten gezielt einsetzen, um personalisierte Kundenerlebnisse mit echtem Mehrwert zu schaffen.“