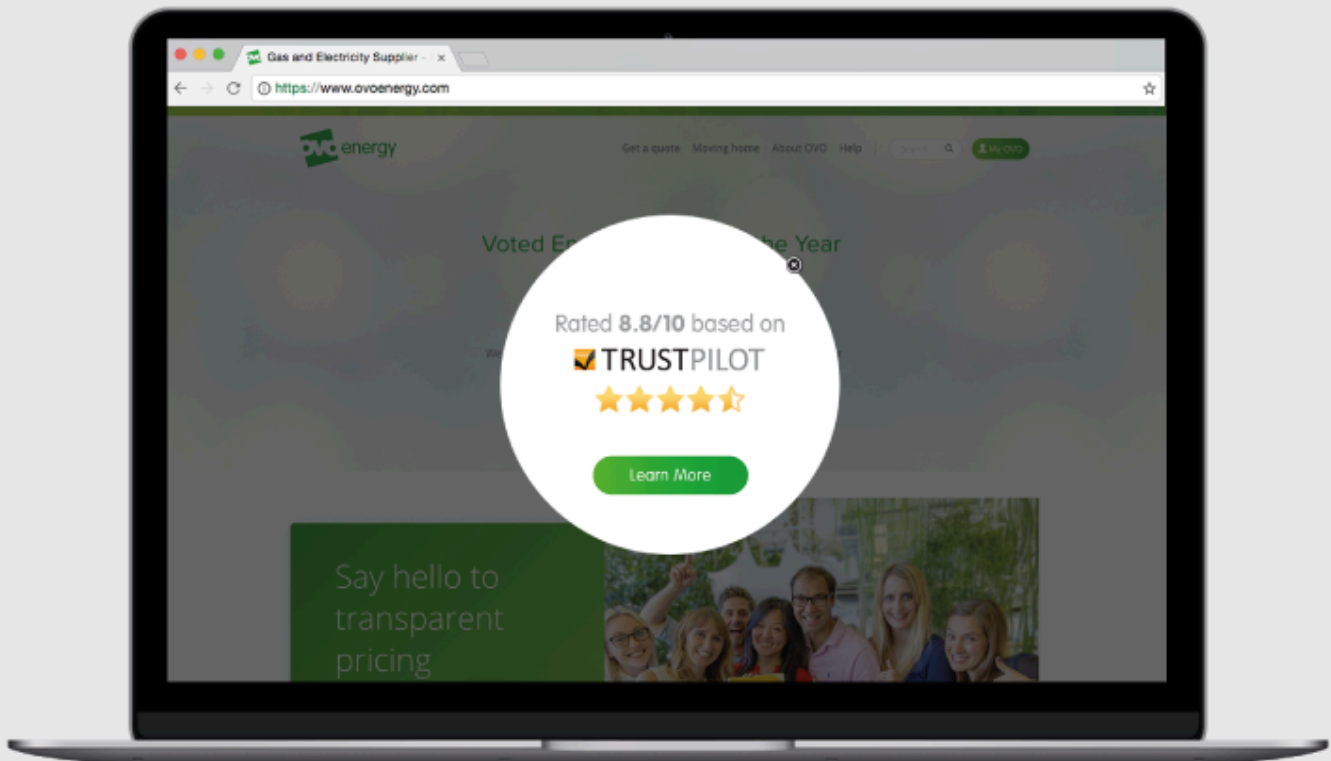




# Wie OVO mit Hilfe von Yieldify und Trustpilot Umsatz und Kundenzufriedenheit steigerte

Case study



## **ÜBER OVO ENERGIE**

[OVO](#) wurde 2009 mit einer klaren und einfachen Vision gegründet – das weltweit vertrauenswürdigste Energieunternehmen zu werden. Einige Freunde saßen rund um einen Küchentisch und listeten auf was sie sich von ihrem Energielieferanten wünschen würden, jedoch nicht bekommen. Dinge wie einen fairen Preis, einen guten Service, klar und einfach vermittelte Informationen. Und vor allem, Ehrlichkeit und Transparenz.

Sieben Jahre später hat OVO nun beinahe 700.000 Kunden und bemüht sich nach wie vor Energie so mühelos, einfach und preiswert für den Kunden wie nur möglich zur Verfügung zu stellen.

## **DEN GROSSEN SPRUNG WAGEN**

Am britischen Energielieferantenmarkt besetzen weiterhin die großen sechs Energielieferanten ungefähr 90 % des Marktes, auch wenn es bereits anderswo günstigere Angebote gibt.

Das bedeutet, dass die Haushalte insgesamt über 4 Milliarden Pfund pro Jahr mehr ausgeben als notwendig. Der ausbleibende Umstieg wird oft auf Trägheit zurückgeführt, aber der Markt weist dank der bewusstseinsbildenden Kampagnen der Regierung und des Ofgem schließlich Anzeichen der Veränderung auf.

Diese haben dazu beigetragen, dass mehr Verbraucher den Energielieferanten gewechselt haben, da sie auf der Suche nach einer günstigeren Variante waren. Positiv ist, dass 40 % dieser Verbraucher einen anderen Lieferanten gewählt haben, der nicht zu den großen 6 gehört.

## **JEDE INTERAKTION IST WICHTIG**

Der Umstieg auf einen anderen Lieferanten ist kein alltäglicher Online-Kauf, wie etwa die Bestellung von Lebensmitteln. OVO muss Webseitenbesucher dazu bringen das Unternehmen interessant zu finden, ihm als Lieferant zu vertrauen, um schlussendlich den großen Sprung zu wagen und tatsächlich umzusteigen. Durch die Kombination des Yieldify Remarketing auf der Webseite mit den Trustpilot Verbraucherbewertungen, schenken Besucher der Marke genügend Vertrauen, um sich für einen Umstieg zu entscheiden.

## **DIE KAMPAGNE**

Die Herausforderung für OVO ist die Bewältigung des „Abbruchs“ derer, die den Umstiegsprozess begonnen haben.

Das bedeutet, dass Besucher die am Ende doch noch kalte Füße zu bekommen scheinen, erneut motiviert werden sollen, um sicherzustellen, dass sie sich bei ihrem Kauf zu 100 % sicher fühlen. Um dies zu erreichen, hat Yieldify eine Einblendung entworfen, die auf allen Geräten funktioniert und die ausgezeichneten OVO Trustpilot Bewertungen einblendet.

Bestätigende Nachrichten zu diesem entscheidenden Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen, ist wesentlich, um Besucher zu Kunden zu machen.

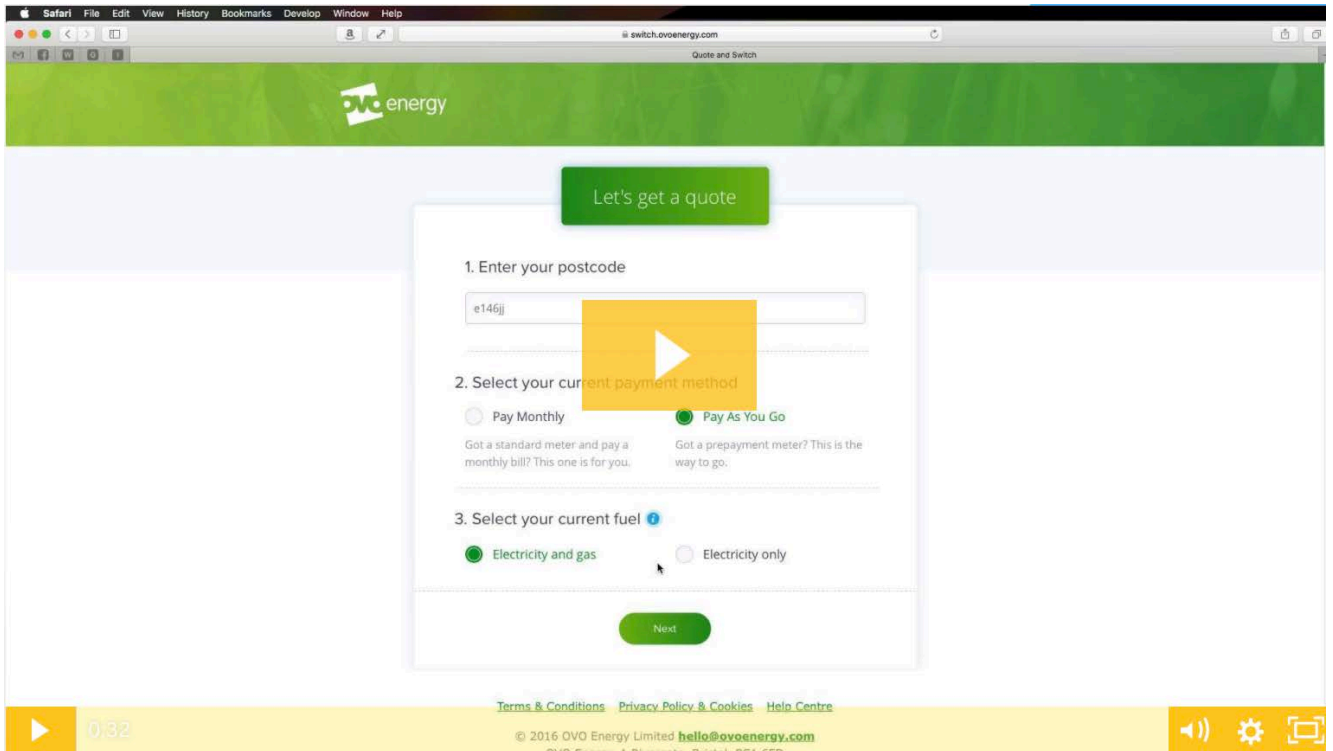
“Es macht Spaß mit Yieldify zu arbeiten: ihre Proaktivität, ihre datengeleitete Entscheidungsfindung und das übliche Tagesgeschäft das sie erbringen, sind sehr wertvoll für uns.“



**Naomi Hall**

E-Commerce Manager, OVO Energy

# Wie es funktioniert



# Über Yieldify

---

Yieldify schafft smarte und einfache Marketingtechnologieprodukte, die das Verhalten der Verbraucher antizipieren, um die Kundenerfahrung und damit den Markenumsatz zu optimieren.

Yieldify, das Unternehmen dem 500 Marken auf mehr als 1000 Webseiten weltweit vertrauen, hilft einigen der weltweit innovativsten Unternehmen den Umsatz inkremental zu steigern, einschließlich Marks und Spencer, French Connection, Steiner Sports, Omni Hotels und Anthropologie.

**GOLDSMITHS**  
SINCE 1778

**M&S**  
EST. 1884

FRENCH CONNECTION

The Fragrance Shop

*Kiehl's*  
SINCE 1851

**WATCHSHÖP**