



TRIGGERDIALOG



Lohnende Maßarbeit

Cross-Channel-Kampagne bringt VNR Verlag spürbare Effekte bei der Abo-Generierung

- VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft setzte mehrseitiges Mailing zur Abo-Generierung ein
- Über TRIGGERDIALOG erhielten Leser des E-Mail-Newsletters ein individualisiertes Print-Mailing mit Angebot eines Mini-Abos zu Vorzugspreisen
- Erfolg: Abschluss etlicher Mini-Abos und gute indirekte Response

Die VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG vertreibt Loseblattzeitschriften, Fachinformationsdienste und elektronische Produkte mit praxisnah aufbereitetem Beratungswissen. Eine Fachpublikation ist das Magazin „PERSONAL IM FOKUS“. Es behandelt die Themen Human Resources und Karriere und richtet sich explizit an Personaler, Personalverantwortliche sowie Geschäftsführer. „PERSONAL IM FOKUS“ erscheint neunmal im Jahr und verfügt über einen weiterführenden Webauftritt und die Möglichkeit, einen kostenlosen Newsletter zu abonnieren.

Herausforderungen

- Gewinnung von Abonnenten für die Printausgabe
- Ansprache von Lesern des Online-Newsletters, die noch kein Abonnement haben
- Nutzung der bestehenden Kundendaten
- Einfaches und medienbruchfreies Handling für den Verlag

Lösung

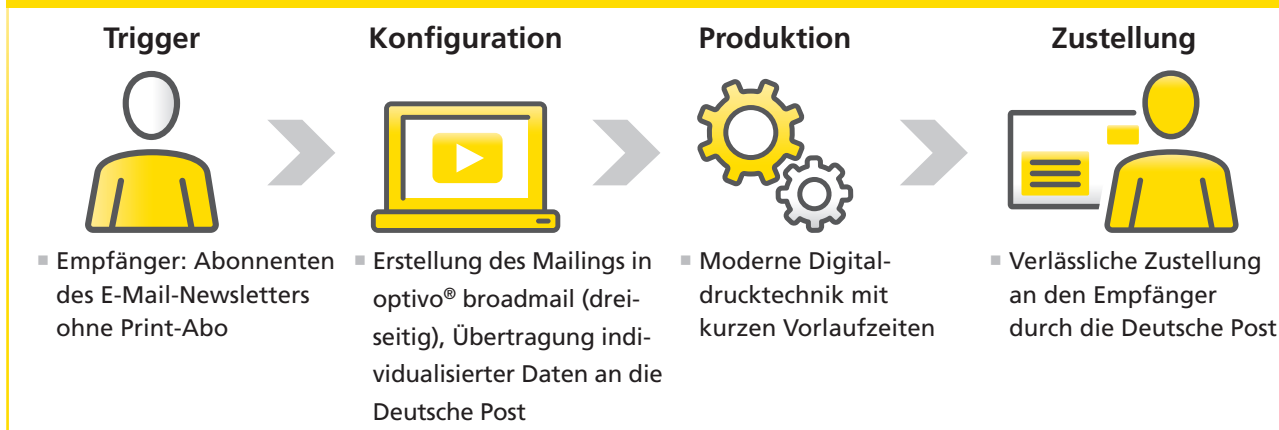
Ein dreiseitiges Mailing mit klarer Vorteilsargumentation inklusive Faxbestellung mit vorausgefüllter Bestellinformation.

TRIGGERDIALOG – das Produkt

Mit TRIGGERDIALOG können Sie erstmalig trigger-basierte, hochindividualisierte Werbesendungen per Post versenden. Die Aussteuerung erfolgt vollautomatisiert auf Basis von Kundenverhaltensdaten.

Im Rahmen einer mehrstufigen Kampagne ist dies zum Beispiel auch in Kombination mit E-Mails möglich. Stets inhaltlich und zeitlich verknüpft. Auslöser können Onlineaktivitäten wie der Besuch einer Website oder eines Onlineshops, das Öffnen eines Newsletters und vieles mehr sein. Mit TRIGGERDIALOG wird die Werbewirkung Ihrer Kampagne nachweislich erhöht.

TRIGGERDIALOG – im Einsatz





TRIGGERDIALOG

Mit TRIGGERDIALOG war nicht nur die eindeutige Identifizierung der vielversprechenden Zielgruppe von Öffnern des Newsletters möglich, sondern auch der unmittelbare Versand an diese Zielgruppe direkt aus dem Marketingsystem heraus. Als Incentive erhielten die Mailingempfänger das Angebot eines Mini-Abonnements zum Vorteilspreis.

Die Kampagne

- **Zielgruppenauswahl:** Personen, die den Newsletter geöffnet haben, ohne eine Bestellung abzuschicken.
- **Werbemittel:** Print-Mailing mit Bestellformular inklusive individuell eingedruckter Kundendaten. Dazu eine Landing Page für mögliche Onlinebestellungen.
- **Umsetzung:** Die Mailingkampagne wurde per Template auf Basis maßgeschneiderter Druckvorlagen in optivo® broadmail angelegt. Nach dem Dublettenabgleich relevanter Adresslisten generierte das System automatisiert eine Druckvorlage als PDF und übertrug diese via Standard-Schnittstelle zur Deutschen Post Dialog Solutions GmbH für die Produktion in hochwertigem Digitalfarbdruck.
- **Effekt:** Kurze Vorlaufzeiten, hochwertiger Digitaldruck und die zuverlässige Zustellung der adressierten Mailings durch die Deutsche Post sorgten für exzellente Qualität und hohe Kundenzufriedenheit.
- **Ergebnis:** VNR war sehr zufrieden. Neben der großen Anzahl neuer Abos erfasste VNR den Erfolg auch durch indirekte Indikatoren wie die Besuche auf der Landing Page und Rückmeldungen per Telefon und E-Mail – auch diese Werte konnten überzeugen.



Die erste Seite des Mailings sprach die Leser mit Miniaturanzeige und Störer visuell an, stellte die Mehrwerte von „PERSONAL IM FOKUS“ vor und enthielt das Angebot eines Mini-Abos. Zitate zufriedener Leser aus der HR-Zielgruppe sowie das vorausgefüllte Formular für die Faxbestellung schlossen sich an.

Das sagt VNR:



Josephine Jaguste,
Produktmanagement Business
Development B2B

„Unsere ersten Erfahrungen beim Printversand mit optivo und der Deutschen Post sind sehr positiv. Wir wurden kompetent beraten und durch die gesamte Printkampagne professionell begleitet. Besonders überzeugt haben uns die einfache Individualisierung und die geringen Produktionsvorlaufzeiten. Wir können uns gut vorstellen, unsere Zusammenarbeit in diesem Bereich weiter auszubauen.“

Die Vorteile

- Vollautomatisierter, individueller und crossmedialer Kundendialog
- Visuell überzeugende Werbefriefe
- Professionelle und schnelle Verarbeitung maßgeschneiderter Werbesendung per Template
- Beste Digitaldruckqualität
- Physischer Versand und zuverlässige Zustellung
- Segmentierung nach besonders wertvollen Kunden

www.deutschepost.de/triggerdialog