



PRINT2WEB
PURL
MARKETING

Print-Mailings + personalisierte Landingpage:

**Höchste Response
für Ihr Dialogmarketing**



www.crossmediaworld.de

Welche Online-Käufer reagieren noch auf Werbepost?

Mehr als Sie denken!

Printmailings für Bestandskunden von Onlineshops überzeugen mit einer durchschnittlichen Conversion Rate von 6,8 %.¹



Meine Kunden kaufen auch ohne postalische Ansprache.

Stimmt. Aber sie kaufen weniger!

Ein Kunde, der auf ein Printmailing reagiert, gibt durchschnittlich 22 % mehr Geld aus, als bei vorherigen Käufen im selben Onlineshop.¹



Aber ich möchte doch neue Kunden generieren!

Ihre Kunden haben tolle Freunde!

Schon einmal an Freundschaftswerbung gedacht? Ein Empfehlungsgutschein im Printmailing generiert bis zu 22 % des Umsatzes.³ Volladressierte Mailings sind übrigens auch in der Neukundengewinnung starke Gewinnbringer mit einem ROAS von 250 %.²



Mailings werden doch sowieso gleich weggeworfen!

Oder an den Kühlschrank gehängt!

Printmailings erzeugen über Monate hinweg Markenkontakte und Conversions. Nur 39 % der Einlösungen erfolgen in den ersten 14 Tagen nach dem Versand. 64 % der Reaktionen erfolgen bis zu fünf Monate danach.¹

Die Erfolgsformel:

PRINT x ONLINE = RESPONSE²

ROAS = 1190 %! Zugegeben, das hört sich reißerisch an. Aber es trifft den Nagel auf den Kopf. Laut der CMC Print-Mailing-Studie 2021 sind Printmailings wahre Umsatztreiber und erzielen einen Return on Advertising Spend von 1190 %. Das bedeutet: **Jeder investierte Euro bringt einen Umsatz von 11,90 €**. Durch die Verknüpfung mit Online in einer Print-to-Web-Aktion wird dieser Wert noch potenziert.

Wow! Dabei ist es gar nicht so verwunderlich. Wenn die Vorteile aus zwei bewährten Marketing-Kanälen miteinander multipliziert werden, fällt das Ergebnis entsprechend hoch aus. Eigentlich logisch.

Neben dem bewährten haptischen Erlebnis können Druckprodukte immer individueller auf den Empfänger zugeschnitten werden. Stichwort: Programmatic Printing. Auch der Sprung von der Offline- in die Online-Welt wird immer einfacher. Handy-Kamera über den QR-Code und – zack – ist Ihr Angebot verfügbar und der Kauf oder der Lead nur noch einen Klick oder Wischer entfernt.

Der Ausgestaltung Ihrer Print2Web-Kampagne sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Papierkrise? Verschicken Sie doch einfach kleinere Mailings statt ganze Kataloge und stellen Sie Ihr Sortiment stattdessen online vor. **Passive Kunden reaktivieren?** PURL-Kampagnen erzielen nachweislich bessere Ergebnisse. E-Mail-Adressen und Opt-ins generieren, variable Angebote und Rabatte je nach Kundenstatus, Kundenumfragen, Die Möglichkeiten sind (fast) grenzenlos!

Und das Beste: Die Vorteile der jeweiligen Kommunikationskanäle können in Bezug auf Kosten, variable Inhalte und Geschwindigkeit optimal genutzt werden. Alles kann, nichts muss. Umfang und Umsetzung richten sich ganz nach Ihren Ansprüchen, Ihren Vorgaben und Ihrem Budget.

Lieber starten anstatt zu warten!

Nutzen Sie die Erfolgsformel und profitieren Sie von Response hoch 2! Mehr Umsatz, bessere Kundenbindung und jede Menge neue Kontakte.

Sind Crossmedia-Aktionen sinnvoll für mich? – Sieben Fragen, eine Antwort:

- 1 Sie möchten aktuelle E-Mail-Adressen mit Opt-in generieren?
- 2 Sie möchten Ihren Vertrieb mit neuen Kontaktanfragen versorgen?
- 3 Ihre inaktiven Kunden sollen günstig reaktiviert werden?
- 4 Die Erfolgsquote in der Neukundengewinnung soll gesteigert werden?
- 5 Sie wollen neue und individuelle Angebotsformen nutzen?
- 6 Die Aktivität Ihrer Bestandskunden (Umsatz/Reaktionen) hat noch Luft nach oben?
- 7 Sie glauben nicht, dass crossmediale Kampagnen bis zu 4-fach höheren Response im Vergleich zu herkömmlichen Marketingaktionen erzielen?



Wenn Sie auch nur eine Frage mit JA beantwortet haben, sollten wir uns dringend unterhalten.

Eine verhängnisvolle Affäre!

PRINT

Wie kann ich meine Zielgruppe anschreiben?

Volladressiert

Dialogpost
Dialogpost easy
Alternative Versender

Teiladressiert

Postwurf Spezial
Postwurf Spezial Business
Altern. Versender / Verteilservice

Unadressiert

Paketbeilagen
Postwurf
Verteilservice

Personalisierte Mailings aller Art

Maxi-Cards
Selfmailer

Katalog-Selfmailer
Kuvertierte Briefmailings

Unpersonalisierte Werbemittel

Stickcards / Gutscheinkarten
Kataloge / Magaloge / Magazine

Die Print2Web-Booster: Verstärkter Schub für Ihre

Handschrift

Egal ob Postkarte oder Brief: Niemand ignoriert handschriftliche Mailings. Diese persönliche Form der Ansprache signalisiert dem Empfänger eine hohe Wertschätzung.

Liebe Maria!

PURL – Die persönliche URL

Wohl der charmanteste Weg vom analogen Mailing in die digitale Welt. Der eigene Name in einer Webadresse garantiert einen extrem hohen Aufmerksamkeitswert und verbessert die Öffnungsrate enorm! >>> Weitere Infos auf der nächsten Seite.

www.deineaktion.de/Maria.Musterdame

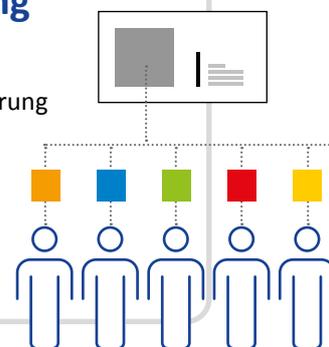
Bedarfsgerechte Produktgruppenmailings

Kategorisieren Sie Ihre Zielgruppe und sprechen Sie jede Untergruppe bedarfsgerecht an. Übrigens: Mit dem Postwurf Spezial Business lässt sich auch unpersonalisierte Werbepost branchengenau zustellen



Programmatic Printing

Individueller geht's nicht: Mit datenbankgestützter Personalisierung bieten Sie jedem Kunden genau das an, was ihn interessiert. Bei Warenkorb-Abbrechern lohnt sich ein zweiter Versuch!





WEB

Was biete ich auf der Landingpage an?

Angebot

Rabatt-Codes
Aktions-Angebote
Werbegeschenke
Newsletter-Anmeldung
Website / Shop

Information

Digital Publishing
Online-Magazine
eKataloge / ePaper
PDF-Downloads
Whitepaper / Freebies

Interaktion

Umfragen
Gewinnspiele
Spielerische
Elemente
(z.B. Quiz, Game-App, ...)

TIPP: Nutzen Sie die Landingpage auch als Vertriebstool!



Rückruf-
Service



Online-Termin-
vereinbarung



Live-Nachricht an Vertrieb,
wenn User auf der Seite ist



Live-Chat-
Funktion

Crossmedia-Aktion!

Bildpersonalisierung

Bilder sagen mehr als tausend
Worte... Ob in Print-Produkten
oder per E-Mail: Die Macht der
Personalisierung wirkt immer.
Bildpersonalisierung macht Ihre
Werbung persönlich und emotional.



E-Mail Pre-/Reminder

Erhalten Kunden mit einem Newsletter-
Abonnement vor und nach dem
Empfang eines Printmailings eine
E-Mail als Pre- oder Reminder,
ist die Conversion Rate laut Studien
ca. 15 % höher.



Unsere
Empfehlung:

Dialogmarketing ist Testmarketing!

Den tatsächlichen Erfolg einer Kampagne
kann Ihnen natürlich keiner garantieren.
Aber das Schöne am Dialogmarketing ist
ja: Alle Aktionen sind messbar.
Und jede Kampagne ist skalierbar.

Deshalb empfehlen wir Ihnen,
verschiedene Aktionen in kleineren
Auflagen zu testen, um das Risiko
zu minimieren. Damit ist der Response
der Hauptauflage von erfolgreichen
Aktionen fast schon planbar!

Je persönlicher desto besser!

PURL-Kampagnen: Vom Briefkasten über



1 Personalisierter Print-Anstoß

Egal für welche Printaktion Sie sich entscheiden, es ist der perfekte Start für Ihren Dialog! Profitieren Sie von den klassischen Vorteilen eines Printprodukts: Haptisches Erlebnis, gute Lesbarkeit, hochwertiger Eindruck und die Kommunikation des Angebots auf einen Blick – auch ohne digitales Endgerät.

Die prominent dargestellte persönliche URL zieht sofort die Aufmerksamkeit des Empfängers auf sich! Ein kurzes Abscannen des QR-Codes oder die schnelle PURL-Eingabe direkt im Web-Browser, und schon ist die erste Hürde bis zur Conversion überwunden!



2 Individueller Dialog im Internet



- + PURL erhöht die Öffnungsrate Ihres Mailings enorm
- + Auf die Zielgruppe angepasste Landingpages erhöhen die Chance auf Dialog
- + Interaktion mit spielerischen Elementen, z.B. Zocken um Rabatt
- + Crossmedia – 100 % DSGVO-konform
- + Mehr Kontakte, mehr Abschlüsse, höhere Warenkörbe, mehr Leads

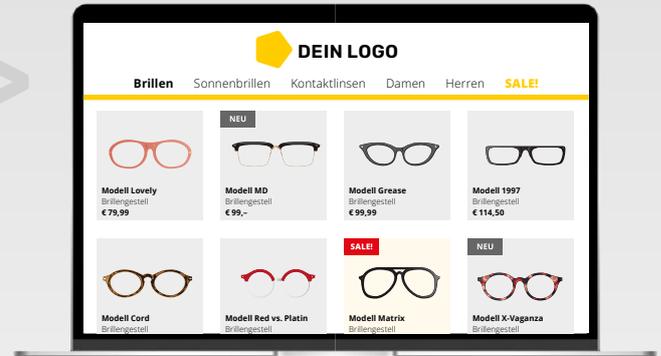
r die Landingpage in den Onlineshop



Auf der Landingpage steht Ihnen die ganze digitale Welt offen. Überzeugen Sie den User von Ihrem Angebot mit ständig aktualisierbaren Zusatzinformationen (Audio, Video, Text, 3D-Darstellungen) oder interaktiven Elementen.

Nutzen Sie zusätzlich die Kampagnenintelligenz von PURL-Aktionen. Durch die Personalisierung der Landingpages sind alle zu Verfügung stehenden Kundenstammdaten einsetzbar, wie z.B. Geschlecht, Wohnort, Produkthistorie oder Kaufverhalten. Dem Kundenstatus angepasste Angebote und Rabatte – die nachweislich den Erfolg der Kampagne erhöhen – sind somit kein Problem.

Durch Umfragen oder Gewinnspiele lassen sich die bereits vorhandenen Daten mühelos weiter anreichern, fehlende Opt-ins einholen oder Newsletter-Anmeldungen generieren. PURL-Aktionen können durch die umfassende Analyse des Nutzerverhaltens auf der Landingpage ständig optimiert werden.



3 Crossmediale Reaktionsmöglichkeiten

Bequem, einfach und flexibel bleibt es auch beim Kundenresponse. Ein „Ja, ich will“ genügt und der Kaufwillige wird direkt in den Shop geführt. Den Rabattcode nimmt er einfach mit. Alles eine Frage der Programmierung. Ein personalisierter Gutschein für den Einsatz in stationären Filialen kann ausgedruckt werden oder findet ein Plätzchen als Download auf dem Smartphone. Auch hier: maximale Flexibilität und unkomplizierte Ausführung.

Wichtig dabei: Während des ganzen Ablaufs haben Sie Ihren Kunden virtuell im Blick und begleiten ihn bis zur Bestellung und Einlösung seines Rabattes. Bricht der Kunde den Bestellvorgang ab, fragen Sie nach: on- oder offline. Denn auch das gehört zur optimalen Kundenbetreuung: Die Begleitung bis zum erfolgreich abgeschlossenen Einkauf.

Das Kampagnen Dashboard: Erfolgskontrolle per Live-Tracking

Zu jeder PURL-Kampagne richten wir Ihnen Ihr persönliches Dashboard ein. So können Sie, anhand der für Sie relevanten Kennzahlen, den Response Ihrer Kampagne in Echtzeit kontrollieren.



Allgemeines Tracking: Anzahl der (Mehrfach-) Besucher, Klicks, Browserarten, Gerätetypen, Datum/Uhrzeit und Auswahloptionen, ...

Personengenaues Tracking: Wer hat wann die Kampagne beendet, Opt-in-Bestätigungen, Registrierung für z.B. Newsletter, Downloads, ...

Datenbankseitiges Tracking aller in der Datenbank hinterlegten Merkmale, z.B. Geschlecht, Bundesland, Status, ...



Adressdaten-Management
Lettershop-Services
Printwerbung
Crossmedial-Kampagnen
Fulfillment

Raiffeisenstrasse 27-29
70794 Filderstadt

Telefon: +49 (0) 711/894951-20
Telefax: +49 (0) 711/894951-40

info@crossmediaworld.de
www.crossmediaworld.de

In Kooperation mit:



Dialogmarketing
Druck-Management
Crossmedia-Service
Branding
Interne Kommunikation

www.hs5.marketing

Schnell und einfach MEHR RESPONSE: Der Dialogmarketing QUICK-CHECK

Von A wie Aufmerksamkeit bis Z wie Zielgruppe: Die erfolgreiche Marketing-Aktion hängt von ganz bestimmten Faktoren ab. Nur wer das 1x1 des Dialogmarketings gezielt anwendet, profitiert von höheren Responsezahlen und mehr Leads. Die Erfahrung zeigt: Es sind nicht immer die gravierenden Fehler, die eine Dialogmarketing-Aktion floppen lassen. Meist sind es nur kleine und kleinste Stellschrauben im Text, in der Gestaltung oder im Ablauf, die dem gesamten Layout buchstäblich den Wind aus den Segeln nehmen und die Aktion ins Nichts laufen lassen.

Da hilft der unverstellte Blick von außen: Beim Dialogmarketing Quick-Check spüren wir die Fallstricke in Ihren Konzeptionen auf und zeigen Ihnen sofort umsetzbare Lösungen für Ihre Dialogmarketing-Aktionen. **Sie profitieren von individuellen Tipps und Tricks zur Optimierung von Inhalt und Technik und kreativem Input.**

Senden Sie uns ein Muster (Mailing, Selfmailer, Beilage) per Post oder als PDF per E-Mail. Wir analysieren Ihr Muster blitzschnell innerhalb von wenigen Arbeitstagen geben Ihnen persönlich Feedback.



Sigurd Skutnik
Geschäftsführender Gesellschafter
Telefon: +49 (0) 711/894951-20
s.skutnik@crossmediaworld.de



Michael Ritter
Vertriebsleiter
Telefon: +49 (0) 711/894951-31
m.ritter@crossmediaworld.de

Profitieren auch Sie von
der Erfolgsformel
PRINT x ONLINE = RESPONSE²
Sprechen Sie uns an!