



WARUM STANDORTBASIERTES MARKETING FUNKTIONIERT UND WIE SIE DAMIT ERGEBNISSE ERZIELEN

In diesem E-Book wollen wir dem Begriff Individualisierung auf den Grund gehen; was bedeutet Individualisierung im Marketing und welche Aspekte der Individualisierung machen Ihre Kampagne erfolgreich?

Das Ziel im Marketing ist es, den richtigen Kunden mit der richtigen Nachricht zu erreichen, die für ihn persönlich relevant ist und zur Reaktion auffordert.

Um diese Mehrwerte zu schaffen, sollte bereits das Design Ihres Mailings die nötige Aufmerksamkeit generieren.

WARUM STANDORTBASIERTES MARKETING FUNKTIONIERT

SEITE 2

locr®
GEOservices & MAPS



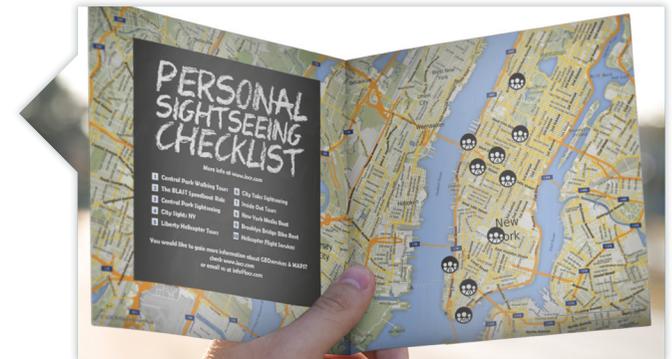
Diese Kampagne bewirbt ein Car Sharing Unternehmen. Eines der größten Wertversprechen des Unternehmens ist die Vielzahl von Abhol- und Abgabestationen in der Nähe seiner Kunden. Das Mailing stellt diesen Vorteil in einer kreativen Weise in den Vordergrund.



In einer anderen Kampagne zeigt ein Optiker seinen Kunden anhand von individualisierten Karten, wie sie zu der nächstgelegenen Filiale gelangen. Das Mailing verbindet die Standort-Individualisierung erfolgreich mit dem Angebot neuer Brillengläser.



Ein Tourismusunternehmen möchte Reisenden zeigen, welche interessanten Ziele in seinen Touren angeboten werden. Eine individualisierte Karte samt Checkliste aller Ziele bietet das ideale Kommunikationsmittel, um die Vielfalt an Urlaubszielen hervorzuheben.



WAS MACHT DIREKTMAILINGS FÜR KUNDEN ATTRAKTIV?

Senden Sie ein standardisiertes Massenmailing haben Sie so gut wie keine Chance von Ihrer Zielgruppe wahrgenommen zu werden. Um zwischen anderen Mailings hervorzustechen, muss Kundenkommunikation relevante Mehrwerte für den Empfänger vermitteln. Eine persönliche Ansprache und individuell relevante Informationen fördern eine emotionale Verbindung zum Empfänger.



WAS MACHT DIREKTMAILINGS FÜR KUNDEN ATTRAKTIV?

EMOTIONEN

Positive Emotionen helfen uns dabei, komplexe Kaufentscheidungen zu vereinfachen, indem Sie das Belohnungszentrum im Gehirn stimulieren und jenen Bereich blockieren, der für Angst zuständig ist. Zwischen 80% und 95% unserer Kaufentscheidungen treffen wir spontan – meist in weniger als 3 Sekunden. Ob und was wir kaufen, ist also abhängig von unseren Emotionen¹.

Für Marketer, die Ihre Kunden auf einer emotionalen Ebene ansprechen wollen, gibt es kein besseres Marketingmittel als die Kraft der Bilder. Bilder verleihen einer Nachricht oder Geschichte Tiefe, sie können Emotionen hervorheben und Aufmerksamkeit erhöhen.



Um ihre Unternehmenswerte zu unterstreichen und Angebote wirksamer darzustellen, nutzen Unternehmen vermehrt die Möglichkeit, emotionalisierende Inhalte auf Social Media Plattformen wie Instagram zu teilen. Diese überwiegend visuelle Form der Kommunikation bietet einen weiteren Berührungspunkt an dem Unternehmen Aufmerksamkeit generieren und ihre mediale Präsenz wirksam steigern können. Besonders die visuelle Darstellung des Unternehmens ist wichtig für seine Marketingaktivitäten – denn unsere Augen nehmen von allen Sinnen die meisten äußeren Eindrücke auf. Auch unser Gehirn zieht visuelle Eindrücke vor, diese bleiben länger im Gedächtnis gespeichert.

1) https://www.wuv.de/marketing/neuromarketing_mehr_umsatz_mit_dem_richtigen_duft

WAS MACHT DIREKTMAILINGS FÜR KUNDEN ATTRAKTIV?

RELEVANZ

Es ist kein Geheimnis, dass Empfänger sich länger mit einem Mailing beschäftigen, wenn es für sie persönlich relevant ist. Wenn wir also schneller die Brücke zwischen einem Kunden und der nächstgelegenen Filiale oder Standort schlagen können, wird auch die Antwortrate steigen.

A horizontal bar chart with an orange segment on the left representing 59% and a blue segment on the right representing the remaining 41%.

59%

59% aller Kunden sagen, dass Individualisierung ihr Einkaufsverhalten beeinflusst¹.

A horizontal bar chart with an orange segment on the left representing 88% and a blue segment on the right representing the remaining 12%.

88%

88% aller US Marketer haben messbare Verbesserungen feststellen können, nachdem sie individualisierte Inhalte in ihren Kampagnen genutzt haben – mehr als die Hälfte berichtet eine Verbesserung von mindestens 10%².

A horizontal bar chart with an orange segment on the left representing 65% and a blue segment on the right representing the remaining 35%.

65%

Wenn Menschen Informationen hören, können sie sich drei Tage später nur noch an ca. 10% der Informationen erinnern. Wenn diese Informationen allerdings zusammen mit einem passenden Bild vermittelt werden, können sie sich drei Tage später noch an 65% der Informationen erinnern³.

1) <http://www.evergage.com/blog/consumers-want-personalization-stats-roundup/>
<https://www.evergage.com/blog/press/new-evergage-study-shows-compelling-personalization-benefits/>
2) <https://blog.hubspot.com/marketing/visual-content-marketing-strategy>

WAS MACHT DIREKTMAILINGS FÜR KUNDEN ATTRAKTIV?

DESIGN

Es ist der erste Eindruck, der entscheidet ob ein Direktmailing gelesen wird oder direkt in den Papierkorb wandert. Studien fanden heraus, dass 85%¹ der Konsumenten einen Brief öffnen wenn dieser äußerlich interessant aussieht. Weitere 55%² würden einen Brief eher öffnen wenn er einen farbigen Umschlag hat. Und den besten Return on Investment schaffen farbige Umschläge in Übergrößen.

Diese Erkenntnisse liefern uns drei Grundpfeiler für eine erfolgreiche Kundenkommunikation – eine emotionale Verbindung zusammen mit relevanter Information kombiniert in einem ansprechenden Design.



1) https://www.canadapost.ca/web/en/blogs/business/details.page?article=2017/03/07/a_simple_guide_to_ef&cattype=business&cat=directmail

2) <http://www.office.xerox.com/latest/COLFS-02UA.PDF>

WIE KÖNNEN MARKETER DIESES WISSEN NUTZEN?

WIE KÖNNEN MARKETER DIESES WISSEN NUTZEN, UM ÜBERZEUGENDE KOMMUNIKATION ZU GESTALTEN?

Durch unsere langjährige Arbeit mit Druck- und Marketingdienstleistern haben wir bereits viele Unternehmensgeschichten kennengelernt. Zusammen mit unseren Partnern helfen wir Werbetreibenden Unternehmen dabei, Kommunikationsstrategien um den Standortfaktor herum aufzubauen und so die besten Mehrwerte für standortbasiertes Marketing zu schaffen.

Wir haben gemerkt, dass der Standortfaktor ein wichtiger Aspekt im Dialog mit Kunden ist, der alle unserer drei Grundpfeiler erfolgreicher Kommunikation erfüllen kann.

Marketingkampagnen mit Standortbezug vereinen eine emotionale Ansprache mit individuell relevanten Informationen. Durch individualisierte Anfahrts- und Umgebungskarten können Sie Ihrem Design einen hochwertigen Touch verleihen, den es braucht um dem Kunden ins Auge zu fallen.

Wenn Kunden ein bestimmtes Geschäft aufsuchen, ist einer der meistgenannten Gründe, dass es günstig zu ihrem Wohnort gelegen ist. Warum zeigen Sie ihnen also nicht mit einem verständlichen Bild, wie einfach es ist zu Ihrem Geschäft zu gelangen?

WIE KÖNNEN MARKETER DIESES WISSEN NUTZEN?

GEODATEN KÖNNEN IHRE DIREKTMAILING KAMPAGNE OPTIMIEREN – NOCH BEVOR SIE SIE VERSENDEN

Kundenzentrierte Kommunikation zu gestalten bedeutet, den richtigen Kunden mit der richtigen Nachricht zu erreichen. Kunden wollen Informationen erhalten, die für sie persönlich relevant sind, keine unpersönliche Massenkommunikation.

Wenn Standorte in Ihrem Marketing eine Rolle spielen wissen Sie, dass viele Marketer vor der Herausforderung stehen, genau die Zielgruppe anzusprechen, die Interesse an Ihrem Angebot haben könnte.

Standortbasierte Daten können genutzt werden, um genau diese Herausforderung erfolgreich zu meistern.



Basierend auf Entfernungen und Reisezeiten können Marketer Zielgruppen geographisch gezielt ansprechen und ihnen relevante standortbasierte Informationen vermitteln. Hier kommen standortbasierte Daten und Geodaten ins Spiel.

Mithilfe dieser Daten können Sie nicht nur Ihre wahrscheinlichsten Kunden ansprechen, sondern auch Kunden ausklammern für die Ihr Angebot nicht relevant ist. Und für diese detaillierte Analyse benötigen Sie nur, was Sie bereits in Ihrer Kundendatenbank haben – Adressen.

„Sie sind nur 22 Minuten von einem großartigen Angebot entfernt!“

DAS STANDORT MOMENT

+323%

Menschen, die Beschreibungen mit Text und Bild folgen, sind 323% effizienter als jene die nur textlichen Anweisungen folgen¹.

Indem Sie individualisierte Karten in Ihre Marketingaktivitäten integrieren, nutzen Sie die Kraft von Standorten und Individualisierung, ebenso wie die Vorteile visueller Kommunikation.

Zeigen Sie Ihren Kunden, wie nah sie sich zu Ihrem Geschäft befinden! Das erzeugt eine Verbindung mit dem Leser, der sich mit dem Standort auf der Karte beschäftigt und diesen in Relation zu seiner eigenen Adresse setzt. Individualisierte Karten bieten eine ideale Lösung um Ihre Verbindung zu Kunden zu optimieren.



¹) <https://neomam.com/interactive/13reasons/>