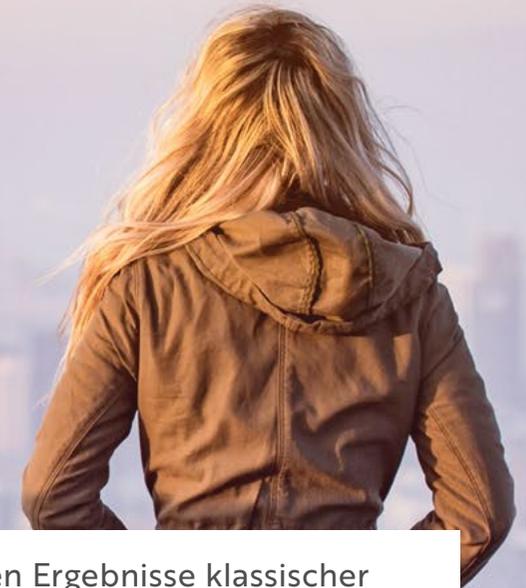


TOP 5 TIPPS, UM IHR MARKETING MIT GEODATEN ANZUKURBELN



In der heutigen Zeit stehen Marketingverantwortliche oft vor neuen Herausforderungen. Sie müssen einfach umsetzbare Marketingkampagnen entwickeln, die es trotzdem schaffen, die Markenbotschaft zur richtigen Zielgruppe zu bringen. Gleichzeitig soll die Kampagne aber auch hohe Antwortraten generieren.

59%¹⁾ der Branchenexperten wie Marketingverantwortliche, Verleger und Werbetreibende präferieren den Mix aus verschiedenen Medien oder Kanälen für ihre Kampagnen. Umfragen ergaben zudem, dass durch die Nutzung von Multi-Channel-Marketing Ergebnisse erzielt werden, die viermal höher als die durch-

schnittlichen Ergebnisse klassischer Direktwerbung sind. In einer erfolgreichen Cross-Media-Kampagne werden gedruckte Direktmailings beispielsweise zusätzlich mit PURLs, QR-Codes, Newslettern oder Videos ergänzt.

Doch aufgepasst: Cross-Media ist keine magische Wunderwaffe!

1) <https://news.cision.com/woodwing/r/woodwing-survey--trends-2014--multi-channel-top-of-the-agenda---print-to-survive,c9528281>

ÜBER DIESES E-BOOK

Dieses E-Book stellt Ihnen die Vorteile von Geodaten vor. Es wird Ihnen fünf einfach umsetzbare Tipps geben, mit denen Sie die Aussagekraft Ihres Cross-Media-Marketings durch die Nutzung von Standortinformationen aufwerten können.

Für jeden Schritt Ihres Kampagnenplans stellen wir Ihnen einen universellen Marketingtipp und bequem anwendbare Geomarketinginformationen vor.

Nach dem Lesen dieses E-Books werden Sie fünf nützliche Anregungen

zur Erstellung Ihrer Kampagne in Ihrem Repertoire haben. Diese können Sie schnell und einfach in Ihre Kampagnen integrieren und so Ihr Marketing mit Hilfe von Geoinformationen ankurbeln! Dieses E-Book ist das erste einer **zweiteiligen Reihe**. Weitere Tipps werden im kommenden Band folgen!



1 | DIE ZIELSETZUNG: WAS IST IHR KAMPAGNENZIEL?

Wobei benötigt der Kunde Unterstützung?

Werden mehr Kundenkontakte benötigt?

Sollen Kundenbindung oder Zufriedenheit und Treue gesteigert werden?

Sollen Personen zu einer Veranstaltung oder einer Neueröffnung geführt werden?

Welche zusätzlichen Kundeninformationen sollen ermittelt werden?

LOC R GEOMARKETING TIPP:

Als ersten Schritt des Kampagnenprozesses definieren Sie die Grundlage Ihrer Kampagne. In diesem Stadium ist es sinnvoll, einen allgemeinen Überblick darüber zu haben, welche Daten bereits vorliegen, und welche Sie eventuell noch benötigen, um Ihre Kampagnenziele erreichen zu können.

Beginnen Sie damit, Geoinformationen einzusetzen. Diese sind bereits in vorhandenen Adresdaten verborgen. Damit können Sie Ihre Kundenbasis verfeinern und neue Geschäftsfelder entwickeln.

2 | DIE RELEVANZ: WER GEHÖRT ZU IHRER ZIELGRUPPE?



Die effektivsten Kampagnen segmentieren ihre Zielgruppe in verschiedene Untergruppen. Sie schneiden das Angebot, die Botschaft und die Gestaltung der Kampagne auf jeden Einzelnen genau zu.

Je relevanter es auf ein Individuum zugeschnitten ist, desto besser fällt insgesamt die Response aus.

LOCR GEOMARKETING TIPP:

Für standortbasierte Marketingkampagnen ist dieser Schritt unerlässlich. Faktoren wie Einfachheit, Nähe und Erreichbarkeit beeinflussen Kunden in Ihrer Entscheidung, etwas zu tun oder einen bestimmten Ort aufzusuchen. Geomarketing spricht diese Faktoren direkt an, sodass sie genutzt werden können, wenn Standorte für Menschen wichtig werden. Wenn Sie Ihre Zielgruppe in verschiedene Untergruppen aufgeteilt haben (z.B. in verschiedene Stadtteile), können Sie anschließend relevante Angebote für die jeweilige Zielgruppe erstellen.

3 | DAS ANGEBOT: BIETEN SIE ANREIZE JETZT ZU HANDELN!



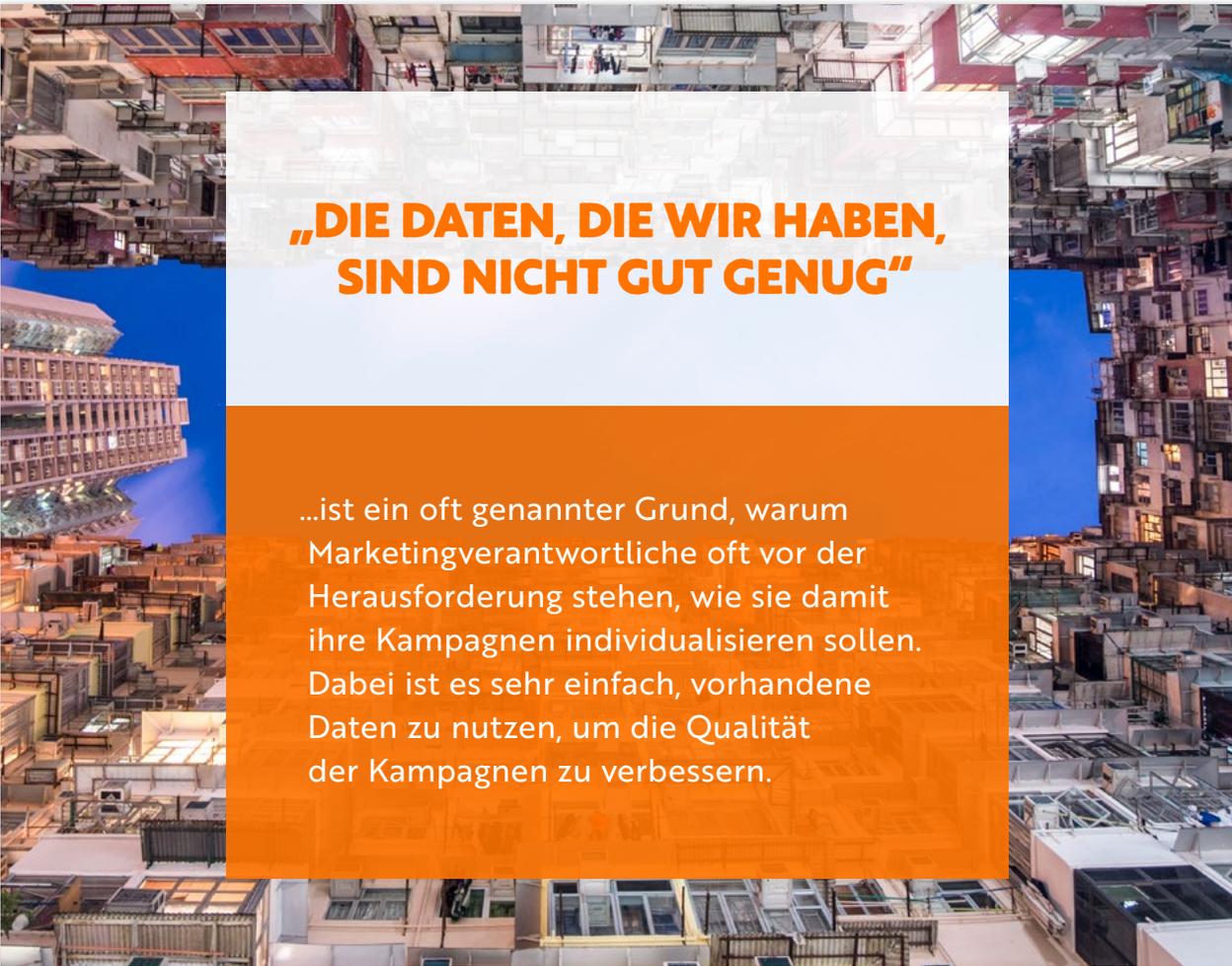
Ein Angebot besteht nicht nur aus einem Produkt oder einer Leistung, die angeboten wird. Es geht vielmehr um die Leistung, die ein potentieller Kunde bekommt, wenn er jetzt auf Ihr Angebot reagiert. Das Angebot sollte relevant und individuell für jeden einzelnen Kunden sein.

**EIN GUTES ANGEBOT
AN DIE RICHTIGE PERSON
MACHT DEN UNTERSCHIED.**

LOCR GEOMARKETING TIPP:

In diesem Schritt ist es an der Zeit, Ihren Kunden zu zeigen, wie einfach es ist, mit Ihnen Geschäfte zu machen. Indem Sie locr GEOservices nutzen, bieten Sie jedem einzelnen Kunden seine eigenen individuellen Entfernungen und Fahrzeiten an – von seinem Zuhause zu Ihren Geschäftsstandorten. Um personalisierte Kundenkommunikation zu schaffen, sollten Sie auch lokale Besonderheiten und zusätzlich bekannte Kundendaten bedenken – etwa Einkaufsverhalten und Produktorientierung.

4 | DIE DATEN: WELCHE DATEN LIEGEN IHNEN BEREITS VOR?



„DIE DATEN, DIE WIR HABEN, SIND NICHT GUT GENUG“

...ist ein oft genannter Grund, warum Marketingverantwortliche oft vor der Herausforderung stehen, wie sie damit ihre Kampagnen individualisieren sollen. Dabei ist es sehr einfach, vorhandene Daten zu nutzen, um die Qualität der Kampagnen zu verbessern.

LOCR GEOMARKETING TIPP:

Das Beispiel Josera zeigt eindrucksvoll, wie Geodaten die Marketing- und Vertriebsplanung verbessern: Kunden werden die Adressen der zwei ihnen am nächsten gelegenen Josera-Fachhändler zugeordnet. Damit lässt sich auswerten, welche Anzahl von Kunden einem Händlerstandort zugewiesen wird und in welchen Entfernungen die Kunden zum Standort wohnen. Als Ergebnis kann abgeleitet werden, in welchen Regionen neue Händler eingerichtet werden sollten, um die Fahrtzeit des Kunden weiter zu verkürzen. [Lesen Sie hier die vollständige Josera Case Study.](#)

5 | DER RICHTIGE MOMENT: PERFEKTES TIMING IST ENTSCHEIDEND!



Einer der meist übersehenen Aspekte für eine effektive und treffende Kampagne ist das Timing. Erreicht Ihre Werbung den Kunden im passenden Moment, wird dieser eher auf Ihr Kommunikationsmittel reagieren.

LOC R GEOMARKETING TIPP:

Egal, ob Sie einen Sommerschlussverkauf oder eine große Weihnachtsaktion planen – Standorte spielen im saisonalen Marketing eine große Rolle.

Je wichtiger der Bedarf und Anlass oder je teurer das Produkt, umso mehr Menschen verlassen sich auf das persönliche Einkaufen vor Ort. Der Vorteil der Nähe bietet zudem die Möglichkeit, Produkte und Services vor Ort zu begutachten und sofort zu erwerben. Bedenken Sie diese extrem wichtige Komponente für Ihre Kunden, wenn Sie ein Kampagnenangebot erstellen.

LERNEN SIE MEHR ÜBER GEOMARKETING

Dieses E-Book wurde von locr erstellt, um Ihnen einen Überblick über den Nutzen von Geomarketing zu geben. Alle locr Informationsmaterialien wie E-Books, Case Studies oder White Paper sind kostenlos unter <https://maps.locr.com/de/resources> zu finden.

ÜBER DIE LOCR GMBH

locr ist führender Anbieter von geobasierten Services, die Marketingverantwortlichen die Möglichkeit geben, Standorte zu ihrem Vorteil zu nutzen. locr nutzt Daten führender Anbieter von Geodaten und konvertiert diese in Geoinformation-Services und individualisierte Karten, die von Marketingverantwortlichen genutzt werden, um ihre Adresslisten zu optimieren, mehr Aufmerksamkeit zu schaffen und höhere Antwortraten zu generieren.

WEITERE INFORMATIONEN

Besuchen Sie www.locr.com oder schreiben Sie eine E-Mail an info@locr.com.

Außerdem können Sie uns unter www.twitter.com/locrmaps und www.linkedin.com/company/locr-maps folgen.

