

FÜNF WEITERE TOP TIPPS, UM IHR MARKETING MIT GEODATEN ANZUKURBELN




Im ersten Teil dieser zweiteiligen E-Book Reihe haben Sie wertvolle Einblicke erhalten, wie Geodaten modernes Direktmarketing prägen und wie Marketingverantwortliche die Vorteile von Standorten für ihr Marketing nutzen.

In diesem zweiten Teil geben wir Ihnen fünf ergänzende Tipps darüber, wie Sie sich das Potential von Multi-Channel- oder Cross-Media-Marketing zu Nutze machen, indem Sie Standortinformationen verwenden.

Nach dem Lesen dieses E-Books werden Sie fünf weitere Tipps kennen, mit denen Sie Ihr Marketing einfach mit Hilfe von Geodaten ankurbeln können.

6 | DIE KANÄLE: VERWENDEN SIE UNTERSCHIEDLICHE MEDIEN



Die Direct Marketing Association in den USA berichtet, dass Kampagnen, die mindestens zwei verschiedene Medienkanäle nutzen, im Durchschnitt viermal bessere Responseraten liefern.

Kampagnen fangen normalerweise mit Print an, um Ihrer Werbung „die Tür zu öffnen.“ Individualisierte E-Mail-Kampagnen sind effektiv als Folgemaßnahmen. Mobile Geräte wie Smartphones oder Tablets sind ein immer wichtigerer Kanal. Mit der Verwendung von QR-Codes und anderer Techniken wie Augmented Reality wird dieser Kanal erkundet. Auch soziale Medien erweisen sich als extrem kraftvoller Weg. Eine Zusammenarbeit mit Influencern innerhalb einer bestimmten Gruppe vergrößert die Kampagnen-Reichweite durch Teilen von Inhalten auf ihren Kanälen.

LOC R GEOMARKETING TIPP:

Öffnen Sie Ihrer Geomarketing-Kampagne die Tür mit einem individualisierten Direktmailing. Integrieren Sie eine kundenspezifische Karte, die dem Kunden den Weg von seinem Zuhause zu Ihrem Unternehmensstandort zeigt. Indem Sie z.B. einen QR-Code verwenden können Sie den Empfänger auf eine individualisierte Zielseite leiten oder öffnen seine Navigations-App. Diese leitet ihn dann direkt zu Ihrer Türschwelle. Medien-Kanäle funktionieren unterschiedlich gut in bestimmten Branchen. [Unsere Erfolgsgeschichten](#) helfen Ihnen dabei zu ermitteln, welcher Kanal die höchsten Responseraten für die zu bewerbende Branche liefert.

7 | DER TEST: ERFOLGREICHE KUNDENANSPRACHE

Individualisiertes Direktmarketing mit Responseelementen ist attraktiv für Marketingverantwortliche. Die Ergebnisse sind messbar.

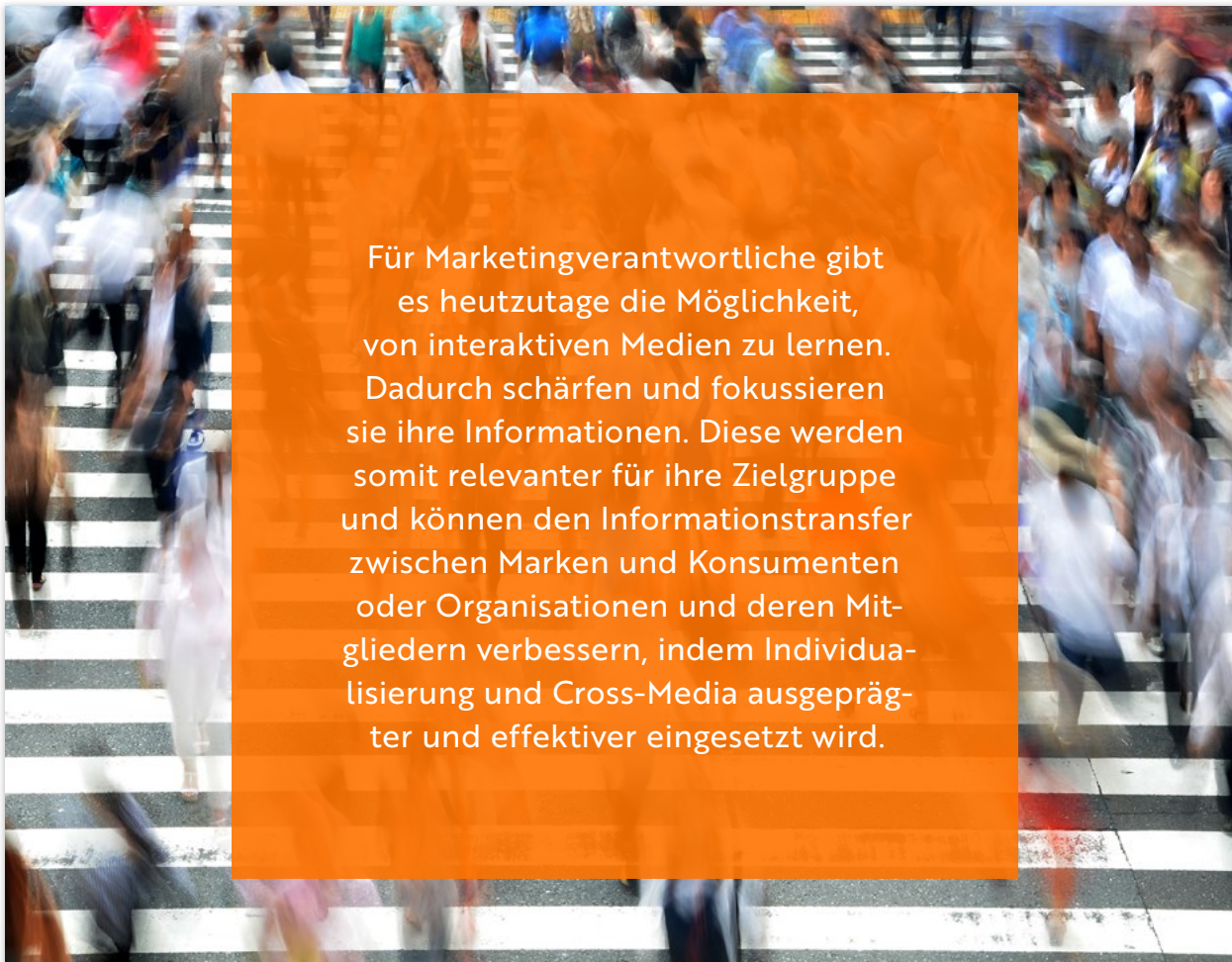
**HERKÖMLICHES
MARKETING**

**INDIVIDUALISIERTES
MARKETING**

LOCR GEOMARKETING TIPP:

Hier haben wir ein weiteres und in der Praxis bewährtes Beispiel einer erfolgreichen A/B-Test-Kampagne aus UK. Der Marketingdienstleister Eight Days A Week Print Solutions wollte die Wirksamkeit von Geomarketing als Gesamtstrategie für die Kontaktentwicklung im Einzelhandel testen. Die Kampagne sollte auch als Basis für zukünftige Marketingkampagnen dienen. Dafür verwendete der Dienstleister einen kontrollierten A/B-Test, der einmal mit Geomarketing-Komponenten und einmal ohne durchgeführt wurde. [Lesen Sie hier die vollständige Case Study.](#)


8 | DAS FEEDBACK: ZUHÖREN UND LERNEN



LOCR GEOMARKETING TIPP:

Feedback ist für jedes Unternehmen unerlässlich. Zeigen Sie Ihren Kunden, wie sehr Sie ihr Feedback wollen und wie wichtig Ihnen dessen Inhalt ist. Zeigen Sie ihnen den einfachsten Weg zu reagieren. Sie können das Feedback Ihrer Kunden mit Rabatten oder kleinen Aufmerksamkeiten belohnen, dann fällt die Feedback-Menge sicherlich größer aus.

9 | DIE PARTNER: NUTZEN SIE IHR NETZWERK




Mit Partnern zu arbeiten,
ist eine Geschäftsgrundlage,
die erfolgreiche und innovative
Druckunternehmen schon lange
erfolgreich leben.

LOCR GEOMARKETING TIPP:

locr hat starke Partnerschaften mit Druckmaschinen- und Softwareherstellern, wie z.B. HP, XMPie, Xerox und vielen anderen entwickelt und lebt diese. Diese Zusammenarbeit macht es für Drucker und Marketingverantwortliche einfach, individualisierte Karten und Geoinformationen direkt in Kampagnen zu integrieren.

10 | DIE STRATEGIE: LANGFRISTIGES DENKEN – GUTE BEZIEHUNGEN!



Strategisch langfristiges Denken hilft Marketingdienstleistern, Erfolg für beide Unternehmen – sowohl für das des Kunden als auch für das eigene – zu erreichen

Die Entwicklung von Partnerschaften ermöglicht beiden Parteien, ihre Fähigkeiten gegenseitig zu ergänzen.

LOCR GEOMARKETING TIPP:

Viele dieser Top-Tipps kommen in den Kampagnen einer großen gemeinnützigen Organisation aus den USA zusammen. Millionen von älteren Autofahrern werden seit sieben Jahren zu Fahrsicherheitstrainings eingeladen. Im ersten Jahr der Mailing-Kampagne stieg die Teilnehmerzahl um mehr als 50 %. Seitdem haben die AARP, ihre Marketingagentur Thomas Arts und locr eine langjährige Partnerschaft aufgebaut, in welcher sie voneinander lernen und locrs Fachkenntnisse nutzen konnten. Zusammen haben wir das Programm durch Anwendung wertvoller Geodaten-Analysen und Kundenantworten stetig entwickelt und weiter verbessert.

[Lesen Sie die zugehörige Case Study hier.](#)

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.

