

## CASE STUDY

### Geindividualisierung führt neue Standorte zum Erfolg

Geomarketing-Kampagne des McNellie's Restaurants





## CASE STUDY

### Geindividualisierung führt neue Standorte zum Erfolg

Geomarketing-Kampagne des McNellie's Restaurants

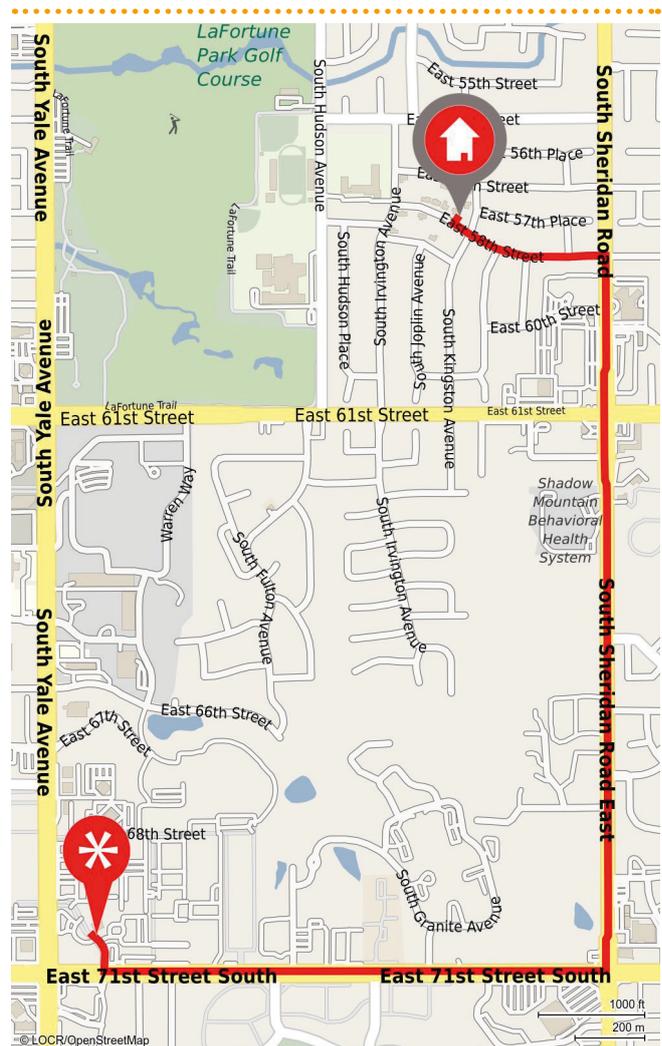
### AUFBAU DER KAMPAGNE

TPSi kannte den hohen Wiedererkennungswert von McNellie's. Das Restaurant in der Innenstadt hat viele zufriedene Kunden. Um die treuen Kunden jedoch auch in das neue Restaurant zu führen, sollten diese erfahren, wo genau es sich befindet.

TPSi erstellte eine Direktmailing-Kampagne, die auf den neuen Standort aufmerksam machte. Als weiteren Anreiz für einen Besuch sollte ein Gutschein eingesetzt werden. Zudem sollten Hinweise zur Anfahrt enthalten sein.

Dazu kaufte TPSi eine Mailingliste mit 2.500 potenzielle Kunden mit spezifischen demografischen Informationen. Diese sollten sich zudem in geografischer Nähe zum Restaurant befinden. Bei der Erstellung des Direktmailings nutzte TPSi ansprechende Bilder und – passend zur Jahreszeit – eine Weihnachtsbotschaft.

Das Direktmailing enthielt zudem einfache Fahrplanweisungen, die den schnellsten Weg zum Restaurant zeigten. Unter Verwendung der Adressen aus der Mailingliste, fügte TPSi von locr erstellte individualisierte Karten hinzu. Diese zeigten den Weg vom Wohnort des Empfängers zum Standort des Restaurants. Für jeden Empfänger wurde eine eigene Karte erstellt und dem Mailing beigefügt.



Kartenbeispiel „NAVImap“

Als weiterer Anreiz wurde dem Direktmailing zudem ein großzügiger 10\$-Gutschein für das Restaurant beigelegt. Der Empfänger hatte zwei Monate Zeit, diesen einzulösen.

## CASE STUDY

Geindividualisierung führt  
neue Standorte zum Erfolg

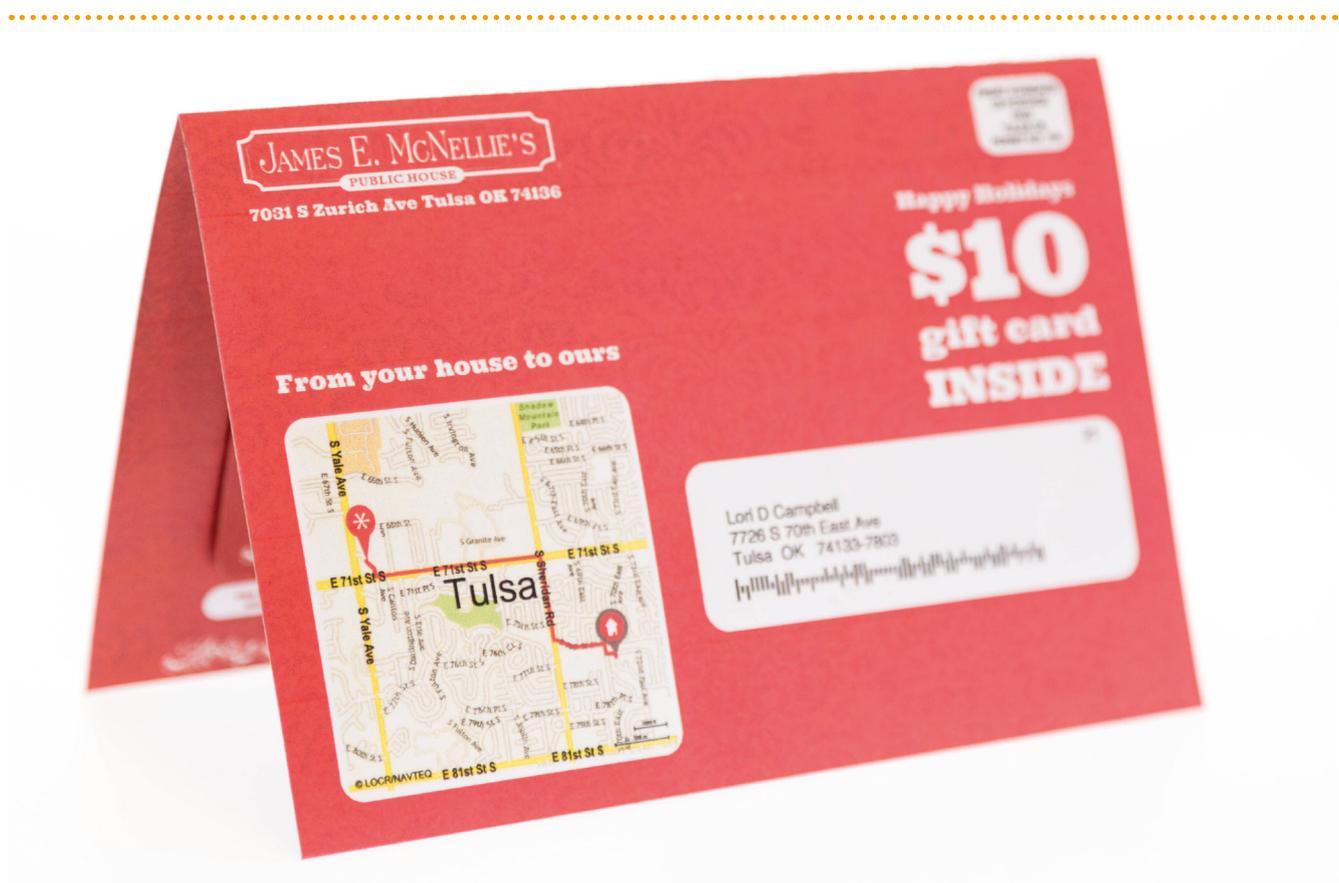
Geomarketing-Kampagne des McNellie's Restaurants

### ERGEBNISSE

- ❑ Die Antwortrate für das Direktmailing betrug 24%
- ❑ 600 der 2.500 Gutscheine wurden eingelöst

### ERFOLGSGRÜNDE

- ❑ Die Kampagne lieferte eine individualisierte Karte, die den Empfänger von seinem Zuhause zum neuen Restaurant führte – er konnte sich buchstäblich vorstellen, wie er in das Restaurant geht
- ❑ Es gab einen großzügigen Geschenkgutschein, der einen zusätzlichen Anreiz bot



Mailingbeispiel Foto Vorderseite

## CASE STUDY

*Geindividualisierung führt  
neue Standorte zum Erfolg*

*Geomarketing-Kampagne des McNellie's Restaurants*

### KAMPAGNENINFOS

**Kunde:** The McNellie's Group

The McNellie's Group wurde 2009 gegründet und betreibt eine Reihe von Restaurants und Bars in ganz Oklahoma (USA).

<https://www.mcnelliesgroup.com/>

**Druckdienstleister & Agentur:** TPSi

Das in Tulsa, Oklahoma, ansässige Unternehmen bietet eine breite Palette von Dienstleistungen an, darunter Laserdruck, Digitaldruck, digitale Archive, eStatement und Presort-Mailing-Services. TPSi bietet auch Web-to-Print und Publishing mit variablen Daten an. TPSi handelt nach den Wünschen seiner Kunden, antizipiert ihre Bedürfnisse und erweitert oder passt die Dienstleistungen entsprechend an.

<https://www.tpsitulsa.com/>

**Geindividualisierung:** locr GmbH

locr ist Europas führender Anbieter von individualisierten Karten und weiteren geobezogenen Produkten für Direktmarketing- und Foto-finishing-Anwendungen.

<http://maps.locr.com/>