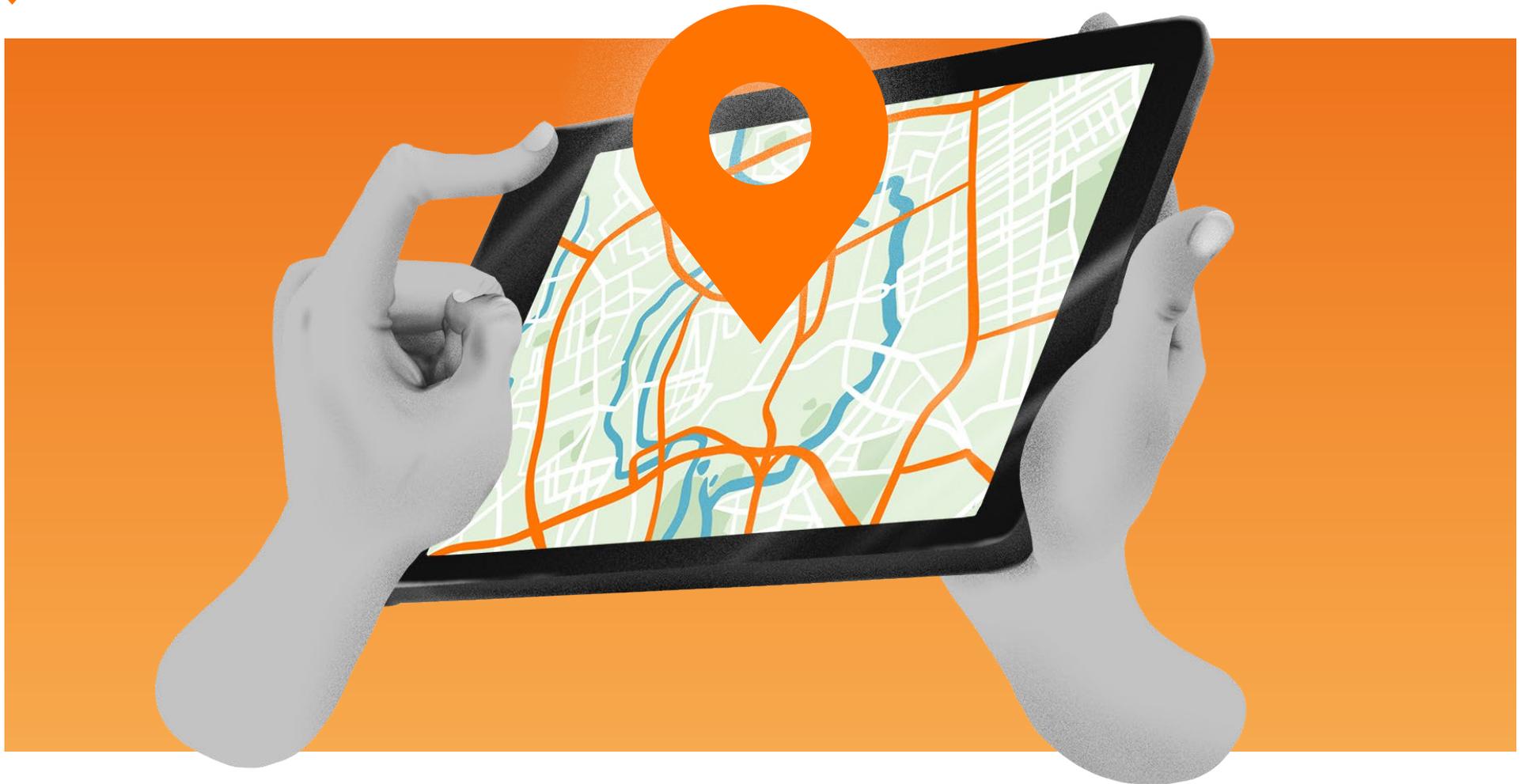


A composite graphic on an orange background. On the right, a globe with a black wireframe is shown with a white mouse cursor pointing at it. A large green double-headed arrow is positioned in the center, overlapping a square graphic with an orange border and a white circular element. On the left, a black printer is shown with a white sheet of paper emerging. The text 'CROSSING CHANNELS' is written in large, bold, white letters with an orange outline, and 'CROSSMEDIA UND GEOMARKETING' is written in smaller, white letters with an orange outline below it.

# CROSSING CHANNELS

CROSSMEDIA UND GEOMARKETING

# EINLEITUNG



Eine Kundenansprache über unterschiedliche Medienkanäle ist zu Recht weit verbreitet. Social-Media-Post, Plakat, Direktmailing oder E-Mail: jede Plattform bringt eigene Vorteile mit sich.

Diese strategisch zu kombinieren sorgt für einprägsame Botschaften und effiziente Kampagnen. Und: Das geht heute viel einfacher und schneller, als gedacht.

Dieses eBook geht auf die Vorteile cross-medialer Kommunikation ein und zeigt Beispiele aus verschiedenen Branchen, die sich auf ganz verschiedene Projekte anwenden lassen.

# GUTE GRÜNDE FÜR VIELE KANÄLE

Verschiedene Medien erreichen eine breitere Zielgruppe und höhere Reichweite. Es werden auch die Kunden angesprochen, die nur bestimmte Medien nutzen. Die Wahl der Plattform lässt sich flexibel auf das Projekt anpassen. Informationen, die auf mehreren Wegen ankommen, sprechen verschiedene Sinne an. So wird die Information leichter verständlich und prägt sich eher im Gedächtnis ein. Crossmediale Kommunikation kann ganz unterschiedlich aussehen: Social Media, TV-Werbung, Zeitungsanzeigen, E-Mail-Newsletter oder Plakatwerbung sind nur einige Beispiele. Auch Telefonakquise, Messen oder Events können eine Rolle spielen.

Oft kommt die Frage nach Print vs. Digital auf: In vielen Bereichen des Alltags sind wir heute online. Umso stärker wirken ausagekräftige Printprodukte, die wertvolle Touchpoints in der Kundenansprache sind. Die perfekte Mischung weckt garantiert Aufmerksamkeit und vermittelt die richtige Information zum richtigen Zeitpunkt. Dies schafft Anreize, sich aktiv damit zu beschäftigen.



Die Nutzung verschiedener Online- und Offline-Medienkanäle ermöglicht zudem einen hohen Grad an Personalisierung, was die Wirkung auf ein neues Level hebt: es wird eine noch stärkere Verbindung zum Kunden geschaffen und der Kampagnenerfolg insgesamt gesteigert. Viele Kunden begrüßen personalisierte, relevante Inhalte. Sie können sich so stärker mit dem Unternehmen und der Marke identifizieren.

Heute ist dies einfach und schnell umsetzbar, und kann zeitnah produziert und ausgesendet werden. Je nach gewählten Medien lassen sich zudem weitere Kundendaten und Feedback sammeln.

So wird der Erfolg der Kampagne nachvollziehbar und bietet wertvolle Informationen für zukünftige Kampagnen.

# NEUKUNDENGEWINNUNG: JOSERA

Seit 2014 läuft die crossmediale Kampagne des Tierfutterherstellers Josera: Interessenten bestellen über die Internetseite Produktproben für ihr Haustier und geben neben der Adresse Informationen zu ihrem Tier an. Wenig später wird ein passend zum Tier gestaltetes, personalisiertes Testpaket versendet. Enthalten sind ein Anschreiben sowie zwei Produktproben. Zusätzlich ist ein Gutschein mit einem geo-personalisierten Kartenausschnitt beigelegt, wodurch der Kunde sofort den Weg zu den nächsten Josera-Fachhändlern erkennt und die getesteten Produkte einfach in der Nähe finden kann. Diese Kartenausschnitte erhöhen den Grad der Personalisierung und führen nachweislich noch mehr Neukunden in die Geschäfte vor Ort. Der individualisierte Gutschein erlaubt zudem wiederum direkte Rückschlüsse auf den Kampagnenerfolg.

Interessierte Tierbesitzer finden ganz einfach per Onlineformular über personalisierte, hochwertige Printprodukte den Weg ins Geschäft: Die Futterprobenkampagne ist nun seit zehn Jahren erfolgreich und wurde mehrfach ausgezeichnet.

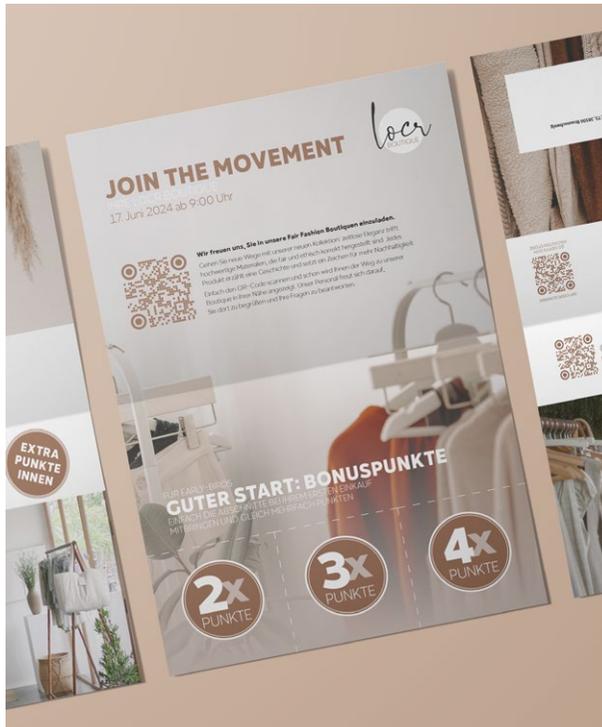


MEHR DETAILS FINDEN SIE IN  
UNSERER CASE STUDY „JOSERA“:



# PERSONALISIERTE HAUSWURFSENDUNG

Hauswurfsendungen erzielen ohne viel Aufwand bei geringen Kosten eine hohe Reichweite und sind bei Unternehmen vieler Branchen verbreitet. Gleichzeitig waren bisher keine personalisierten Response-Elemente oder Individualisierungen möglich. Diese Crossmedia-Kampagne verbindet im Offsetdruck hergestellte Printwerbung mit personalisiertem Online-Content:



Ein Bekleidungseinzelhändler hat das Ziel, mehr Kunden in die Filialen zu bringen und die neue Kollektion zu bewerben. Als Hauswurfsendung laden hochwertige Faltplyer zu einem Besuch vor Ort ein und geben einen Eindruck vom Unternehmen und den Produkten. Zusätzlich sind Gutscheine für das Sammeln von Bonuspunkten enthalten, was zu einem Einkauf motiviert und sich positiv auf die Kundenbindung auswirkt.

Ein QR-Code führt außerdem zum **locrFINDER**: Dies ist ein innovativer Standortfinder, der auf dem Endgerät des Kunden sofort die Route vom eigenen Standort zur nächstgelegenen Filiale anzeigt. QR-Codes sind heute alltäglich, werden intuitiv genutzt und laden zum Ausprobieren ein. Den eigenen Weg zum Unternehmen bzw. zum Angebot auf einer geographischen Karte zu sehen macht es sehr wahrscheinlich, dass dieser Weg auch angetreten wird. Es ist ebenso möglich, sich von einer vorhandenen Routing-App zum gewünschten Standort navigieren zu lassen.

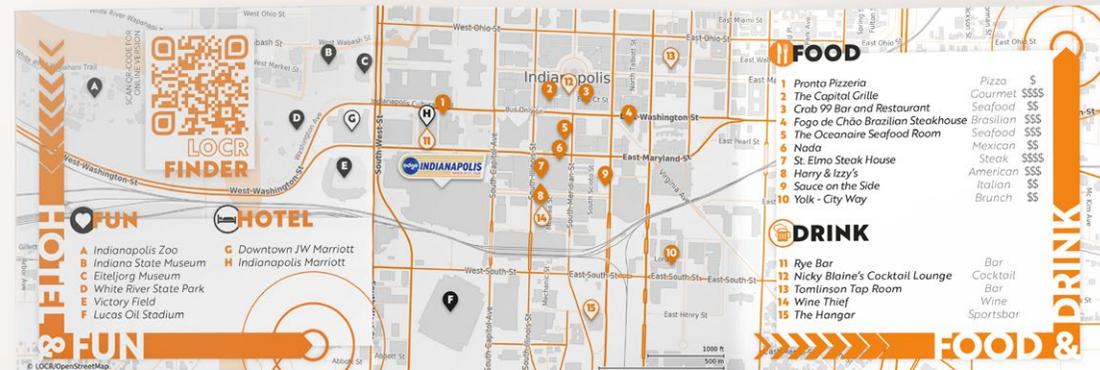


Der **locrFINDER** bringt ebenso Vorteile für die Auswertung der Kampagne: Da kein personalisierter QR-Code genutzt wird, ist statt der einzelnen Person der Standort nachvollziehbar. Dies erlaubt beispielsweise Rückschlüsse auf beliebte Aufenthaltsorte der Zielgruppe, oder in welchen Gebieten sich eine erneute Ansprache lohnt. So wird die einfache Hauswurfsendung noch effizienter und gleichzeitig ansprechender für die Kunden.

# EVENTGUIDES

Für viele Messen und Veranstaltungen haben wir bereits gedruckte Location-Guides erstellt, die interessante Ziele wie Restaurants, Hotels oder Sehenswürdigkeiten auf einer Umgebungskarte abbilden. Diese können neben den Eventstandorten z.B. auch auf Partnerbetriebe aufmerksam machen.

Bei diesem Beispiel ist zusätzlich ein QR-Code vorhanden, der die gezeigten Adressen auf das Smartphone überträgt: mit dem **locrFINDER** lassen sich die Standorte einfach online abrufen. Dies ist ebenso perfekt für Eventeinladungen, Eintrittskarten, Zeitungsanzeigen oder Plakatwerbung geeignet. Das Scannen des QR-Codes fördert Interaktion und bietet relevante Informationen für den Kunden. Die Öffnungsraten in Verbindung mit Geodaten sind für das werbende Unternehmen einsehbar und erlauben Rückschlüsse auf das Interesse am beworbenen Event und den Kampagnenerfolg.



locrFINDER ONLINE TESTEN:  
(OHNE ROUTING)



# INNOVATIVE PRINTMAGAZINE



Magazine und Werbeanzeigen lassen sich vielfältig durch personalisierte und crossmediale Inhalte „mit Leben füllen“.

Im Vorlauf für die drupa beinhaltet die 150. Ausgabe des Druckmarkt-Magazins den **locrFINDER** via *QR-Code*, der die Route von jedem einzelnen Leser zur drupa in

Düsseldorf anzeigt: Die Frage nach dem „Wo?“ ist beantwortet, die Vorfreude steigt!

Zwei Jahre zuvor ist zudem eine weitere besondere Ausgabe des Magazins erschienen: Diese wurde mit einem von mehreren, zur Branche des Empfängers passenden,

Covermotiven ausgeliefert, und zudem Seite für Seite personalisiert. Dies ist nicht alltäglich und macht jedes Exemplar zu einem Unikat, das mit Sicherheit nicht so schnell aus der Hand gelegt wird.

Einfach und unkompliziert können zudem *QR-Codes* zu Gewinnspielen, Produktinformationen, Imagevideos oder Apps weiterleiten. Dies fördert noch mehr Interaktion mit dem Printprodukt, bietet Unterhaltung und Mehrwert, und ermöglicht gleichzeitig das Sammeln weiterer Kundendaten.

Neben *QR-Codes* sind außerdem *Augmented Reality* Elemente enthalten: ganze Seiten oder Bilder können mit dem Smartphone gescannt werden und bieten erweiternde Informationen. Gerade diese noch nicht weit verbreiteten Technologien laden zusätzlich zum Aktivwerden ein und bleiben somit im Gedächtnis. Die Kombination aus interaktiven Elementen und dem hochwertigen Printprodukt hat schnell zu vielen positiven Reaktionen und Diskussionen auf Social Media geführt.

**Das zeigt: definitiv empfehlenswert!**

# WEITERLESEN

MEHR INFOS ZUM  
**locrFINDER**  
ERHALTEN SIE HIER:



WEITERE  
**CASE-STUDIES**  
ZU ERFOLGREICHEN  
KAMPAGNEN  
FINDEN SIE HIER:



**DeBradelei**  
EINZELHANDEL



**Josera**  
EINZELHANDEL



**Print Solutions**  
VERLAGSWESEN



# INFOS & KONTAKT

Wir beraten Sie gerne zur Erstellung effektiver Geomarketing-Kampagnen. Diese erzielen Ergebnisse, die Ihren Kunden oder Ihrem Unternehmen neue Möglichkeiten des Marketings aufzeigen. Wir können auf einen reichen Erfahrungsschatz zurückgreifen, den wir in langjähriger Zusammenarbeit mit Marketingverantwortlichen und Druckereien gesammelt haben. Diese erzielen immer und immer wieder Erfolge mit Geomarketing.

## KONTAKT

Kontaktieren Sie uns unter  
**+49 (0)531 48269320**  
 oder schreiben Sie uns eine Mail an  
**info@locr.com**

Folgen Sie auch unseren  
 Social Media-Kanälen:

**[www.facebook.de/locr.services](https://www.facebook.de/locr.services)**  
**[www.twitter.com/locrmaps](https://www.twitter.com/locrmaps)**  
**[www.linkedin.com/company/locr-maps](https://www.linkedin.com/company/locr-maps)**

