

Case Study | Plan-X

Deutschland

Die Werbeagentur Plan-X steigert die Effizienz ihrer Kampagnen mit Hilfe von DirectSmile Cross Media

Plan-X war die erste Werbeagentur in Deutschland, die DirectSmile Cross Media installiert hat. Der Dialogmarketingspezialist aus Lahr im Schwarzwald realisiert damit kombinierte Online- und Printkampagnen für Kunden aus allen Branchen. Für Malte.C. Bayer, Inhaber der Agentur, ist die medienübergreifende Kommunikation der Königsweg im Direktmarketing.

„Die Zukunft ist Online und DirectSmile Cross Media bietet uns die perfekte Verbindung von Print-Welt und Internet. Personalisierung im Druck ist gut und schön, aber was uns an DirectSmile überzeugt hat, ist die Möglichkeit, personalisierte Bilder und Inhalte einfach in allen Medien zu nutzen. Das Zusammenspiel von Mailings, persönlichen Websites und Responsemessung ist einwandfrei gelöst.“

Kundenrückgewinnungskampagne mit 10,1% Response

Unmittelbar nach der Installation startete Plan-X seine erste Crossmedia-Kampagne. Für die Kundenrückgewinnungsaktion eines 4-Sterne Hotels entwickelte Plan-X eine Kombination aus bildpersonalisiertem Mailing und persönlicher Website für jeden

Mailingempfänger. Mit 10,1% Response hat die Kampagne die Erwartungen des Kunden bei weitem übertraffen.

Insgesamt wurden rund 8000 ehemalige Gäste, die bereits seit längerer Zeit keinen Aufenthalt mehr gebucht hatten, angeschrieben. Ziel des Hotels war es, die Zahl der Buchungen zu steigern und zugleich mehr über die Wünsche und Vorlieben seiner Gäste zu erfahren. Das Hotel wollte vor allem herausfinden, welche seiner Zusatz-Angebote gefragt sind. Entsprechend konnte der Mailingempfänger auf seiner persönlichen Website einige Fragen beantworten und erhielt als Dankeschön einen Gutschein für ein Mittagessen im Hotel.

Malte C. Bayer kommentiert: „Unser Ziel ist es, noch individueller in die Zielgruppen zu gehen und mehr Wissen über die Kunden zu sammeln, um sie noch effizienter ansprechen zu können. Mit Hilfe von DirectSmile Cross Media können wir jeden Mailing-Empfänger einfach auf seine persönliche Response-Website führen, und ihn dort nach seinen Vorlieben fragen. Im Kampagnen-Dashboard sehen wir dann die Response in Echtzeit.“

Da bei diesem Kunden Neuland in Sachen Internet betreten wurde, lag die Messlatte für die Kampagne besonders hoch.



Bildpersonalisiertem Mailing und persönlicher Website

Malte C. Bayer: „Das Ergebnis hat uns Recht gegeben. Die Responsequote von über 10% ist ein Riesenerfolg. Wir konnten dem Kunden überzeugend demonstrieren, dass er mit Cross Media nicht nur den gleichen Return-on-investment erhält, sondern mehr für sein Geld bekommt.“

Malte C. Bayer sieht den entscheidenden Faktor in der Integration der verschiedenen Medien: „Eine reine Online-Kampagne kam nicht in Frage, da keine E-Mail-Adressen zur Verfügung standen. Und mit Print allein hätten wir keine verlässliche Responsemessung durchführen und nur schwer weitere Kundendaten gewinnen können.“

Durch die Kampagne konnte sich das 4-Sterne Hotel bei seinen ehemaligen Gästen positiv in Erinnerung bringen. Die Antworten der Kunden gaben dem Unternehmen wertvolle Informationen zur Verbesserung seiner Angebote und für die Optimierung seiner Marketingstrategie und - last-but-not-least - konnten über den Gutschein Hunderte von Gästen erstmals seit Jahren wieder im Hotel begrüßt werden.

Variabler Datendruck rundet das Spektrum ab

DirectSmile überzeugte Plan-X auch auf einem anderen Feld. Die Agentur druckt einen Teil ihrer Mailings digital. Deshalb waren die Fähigkeiten der auf Adobe InDesign basierende VDP-Lösung von DirectSmile ein weiteres wichtiges Entscheidungskriterium. Dazu Malte C. Bayer: „Für den variablen Datendruck bietet uns DirectSmile eine gute, praktische Lösung mit einfacher Handhabung. Im Vergleich zur vorher eingesetzten Software überzeugt uns besonders die Stabilität und Verlässlichkeit, gerade bei anspruchsvolleren Dokumenten und höheren Auflagen. Es läuft einfach!“

Für Malte C. Bayer ist das Fazit daher rundum positiv:

„DirectSmile Cross Media hilft uns, neue Kunden zu gewinnen und mehr Umsatz mit Bestandskunden zu machen. Die Verwaltung und Pflege der Daten unserer Kunden ist für uns zudem ein exzellentes Kundenbindungsinstrument. Auch in Sachen Response stoßen wir mit DirectSmile in ganz neue Dimensionen vor. Wir haben bereits viele weitere Cross Media-Kampagnen für verschiedene Kunden in Planung!“



“ Das Ergebnis hat uns Recht gegeben. Die Responsequote von über 10% ist ein Riesenerfolg. Wir konnten dem Kunden überzeugend demonstrieren, dass er mit Cross Media nicht nur den gleichen Return-on-investment erhält, sondern mehr für sein Geld bekommt. ”

Malte C. Bayer,
Inhaber der Agentur, Plan-X