



BLUELANE CORPORATE PUBLISHING MEETS DIALOGMARKETING

Das (gedruckte) Kundenmagazin wird wieder wichtiger. Der Grund liegt auf der Hand: Durch attraktive Markeninszenierung und spannende Geschichten werden Wettbewerbsvorteile herausgearbeitet, das Image gesteigert und die Kunden langfristig gebunden. Dies läuft scheinbar jedoch dem Trend der individualisierten Kundenansprache entgegen. Doch durch den Einsatz von Hybridproduktionen lässt sich das eine mit dem anderen verbinden.

Von JOCHEN EISEMANN

In Zeiten von Big Data mit immer genaueren und aussagekräftigeren Kundenprofilen können Unternehmen auf die Bedürfnisse ihrer Kunden reagieren und ihnen einen individuellen Nutzen bieten.

Dabei lassen sich durch die Kombination verschiedener Druckverfahren neue Arten von Druckprodukten entwickeln. Ein Beispiel hierfür sind individuelle Kundenmagazine: Maßgeschneiderte Kundeninformationen werden mit passendem Content und Verkaufsförderungstools verbunden. Somit wird das Beste aus den beiden Welten Corporate Publishing und Dialogmarketing vereint.

Zur technischen Seite: Bei der Umsetzung solcher Hybridproduktionen kommt zum einen Tiefdruck oder Offsetdruck zum Einsatz, damit eine effiziente Produktion der gleichbleibenden Inhaltsseiten gewährleistet werden kann. Zum anderen werden individuell gestaltete Umschlagseiten im Digitaldruck produziert, die auf Empfänger, Filialen und Anzeigenkunden angepasst sind.

Viel Magazin für wenig Geld

Die aktuellen Herausforderungen für Filialen oder Franchisenehmer sind klar: Zentral angesteuerte Werbung stellt (im besten Fall) den kleinsten gemeinsamen Nenner in der Kom-

munikation dar und ist häufig aktionsgetrieben. Häufig kommen regionale Kommunikationsbedürfnisse und Angebote der einzelnen Filialen zu kurz. In Eigenregie erstellte regionale Werbemittel gehen dabei zu meist mit einem verminderten Qualitätsniveau im Vergleich zur überregionalen Werbung einher oder sind verhältnismäßig teuer.

Mit einem individuellen Kundenmagazin wird nun die Tür zu einer neuen, feingliedrigen und zugleich professionellen Kommunikation aufgestoßen. Besonders am Beispiel von Franchisenehmern wird dies sichtbar: Das zentral zur Verfügung gestellte kostengünstige Kundenmagazin hebt sich hervor durch Teamvorstellungen, Kontaktdaten regionaler Ansprechpartner, Informationen zu ausgeprägten Filialkompetenzen, Kundenveranstaltungen vor Ort und nicht zuletzt durch regionale Aktionen sowie Angeboten.

Einfluss von Big Data und Content Marketing

Ein weiterer Trend ist Content Marketing. Der Schlüssel liegt darin, die Zielgruppe zu kennen, sie direkt mit passenden Inhalten und Storys anzusprechen und sie damit auf ihrer

Customer Journey mit passenden Impulsen zu begleiten. Was in der digitalen Welt gang und gäbe ist, wird nun erstmals in dieser Flexibilität im Druckprodukt möglich. Kundenprofile, die dank Big-Data-Initiativen und Kundenkartenprogrammen der Unternehmen immer genauer und aussagekräftiger werden, ermöglichen es, auf den Empfänger angepassten Content auszugeben.

So können beispielsweise Referenzprojekte und Case Studies auf die Branche des Empfängers abgestimmt werden. Produktangebote beziehen sich auf das aktive Kaufverhalten und Kaufpräferenzen des Kunden.

Aber auch für die dezentrale Vertriebsorganisation bieten sich neue Möglichkeiten an: Der Vertriebsmitarbeiter kann seine Kunden direkt ansprechen und mit passenden Informationen versorgen. Ein Foto von ihm abzubilden, ergänzt durch seine Kontaktdaten, stärkt die Kundenbindung und bietet eine direkte Response-Möglichkeit für den Kunden.

Neue Potenziale für Anzeigenkunden

Besonders interessant für Anzeigenkunden sind individuelle Anzeigenkonzepte in Magazinen. Anzeigenmotive werden in ihrer Bildsprache an den Empfänger angepasst. Die weibliche Empfängerin des Magazins erhält eine andere Produktempfehlung oder Bildwelt als ihr männliches Pendant. Für Produkthersteller

bietet sich nun erstmals die Möglichkeit, das gesamte Händlernetz in Kampagnen zu integrieren.

Somit kann beispielsweise anhand der Postleitzahl des Empfängers der nächstgelegene Händler aufgezeigt werden. Eine entsprechende Beteiligung der einzelnen Händler an den Mediakosten kann für neue potenzielle Anzeigenkunden attraktiv sein.

Medien-IT als Produktionsplattform

Grundsätzlich sind in der Umsetzung solcher Hybridproduktionen kritische Erfolgsfaktoren rasch ausgemacht: Relevanter Content muss schnell und einfach aggregiert und allgemeine Informationen über die Filiale müssen bereitgestellt werden.

Auch der sichere Umgang mit Geo-Services muss gewährleistet sein. Hierfür eignen sich Medien-IT-Systeme, die gleichzeitig einen effizienten Produktionsprozess unterstützen. So können Filialen beispielsweise ihre Inhalte und Verkaufsaktionen im vorgegebenen Corporate Design erstellen, Vertriebsmitarbeiter selbst das Editorial für ihre Kunden schreiben oder zentrale Marketingeinheiten Aktionen an regionale Begebenheiten anpassen.

Das alles erfolgt mit dem klaren Ziel, die neuen Möglichkeiten, die individuelle Magazine bieten, auszuschöpfen, den Aufwand für die Erstellung dabei jedoch gering zu halten.

› www.bluelane.de





#MACHTIDEENSICHTBAR

EINEN APFEL MIT DEM LKW TRANSPORTIERT?



MACHT-IDEEN-SICHTBAR.DE

Die Theissen Medien Gruppe (TMG) hat ihre Wurzeln in den Bereichen Print und Produktion. Insgesamt 50 Mitarbeiter beschäftigen sich mit den Bereichen Druck, Verarbeitung, Digitaldruck, Werbetechnik, Lettershop, Lagerhaltung, Logistik, Satz, Grafik, Gestaltung, IT, Programmierung, SEO/SEA und Marketing. Unser tägliches Tun dreht sich fast ausschließlich um das „Sichtbarmachen“ von Ideen. Dabei ist jedes einzelne Projekt eine maßgeschneiderte Lösung auf die Anforderung der Kunden: vom Aufkleber in Stückzahl eins, über Montageanleitungen, Broschüren, Flyer, Verpackungen, Displays oder datenbankgestützte Katalogproduktion bis hin zu Eventmanagement-, PIM- und Content-Managementsystemen oder komplexen Online-Marketing-Portalen. Die Lösung muss nicht groß sein, sondern passen!

Passende Lösungen zeigen wir auf dem „Tag der Medienproduktion“ am 24. und 25. April 2018 in Düsseldorf.