



PRINT-DATA

ZUSAMMENARBEIT ALS ERFOLGSGARANT BEI CROSSMEDIA

Nie war es einfacher, einen Kunden anzusprechen. Für jede Lebenslage stehen entsprechende Medienkanäle nahezu unbegrenzt zur Verfügung. Da der Adressat aufgrund der technischen Möglichkeiten nahezu permanent Informationen und Anreize ausgesetzt wird, besteht die Herausforderung heute mehr denn je darin, ihn nicht nur technisch, sondern wirkungsvoll und zielführend zu erreichen.

Von THOMAS HEINRICH

Die Aufgabe von Medienproduktionern, Agenturen, Medien- und Druckunternehmen besteht nicht mehr ausschließlich in der Kreation und deren Produktion, sondern sollte durch die Komposition eines zielgerichteten Einsatzes unterschiedlicher Medien bestimmt sein. Doch das Ziel eines medienübergreifenden Dialogs mit den Kunden über dynamische und bewertbare Direktmarketing-Kampagnen ist noch in weiter Ferne.

Dabei ist die Nutzung und Durchführung einer Crossmedia-Kampagne nicht exklusiv für große Unternehmen gedacht, sondern bietet sich auch für kleine Unternehmen an, die beispielsweise Schwung in ihre Einladungen bringen wollen. Crossmedia-Aktionen müssen auch nicht zwangsläufig komplex sein und möglichst viele unterschiedliche Kommunikationskanäle nutzen.

Entscheidend für den Erfolg sind ausschließlich ein zielgerichteter und konsequenter Einsatz der verschiedenen Kanäle, um Aktion und Reaktion der Adressaten richtig zu bewerten und den Kunden auf der Reise durch die angebotene Erfahrungswelt zu begleiten.

Aber warum bleibt das Potenzial von Crossmedia-Kampagnen noch weitgehend ungenutzt? Die Kenntnisse über die Stärken und Schwächen der einzelnen Medien sind vorhanden,

die Techniken sind ebenfalls bekannt und vertraut oder können am Markt zugekauft werden. Eine der größten Herausforderungen ist die Koordination der Kampagne, die idealerweise dynamisch an das Nutzerverhalten der Zielkunden anzupassen ist.

Dieses Problem lässt sich nur durch eine geordnete und transparente Zusammenarbeit zwischen dem Auftraggeber, den ausführenden Agenturen und Druck- und Mediendienstleistern lösen.

Digitales Storyboard

Mit einem digitalen Storyboard wie beispielsweise dem browserbasierten Softwaretool XMPie Circle lässt sich eine wirkungsvolle Crossmedia-Kampagne umfassend und unternehmensübergreifend planen, erstellen, veröffentlichen und in jeder Phase der Kampagne auf Wirkung und Streuverluste überprüfen und anpassen.

Durch die Integration eines umfassenden und dabei jederzeit doch dynamischen Regelwerks lassen sich für jeden Beteiligten bereits zu Anfang die einzelnen Phasen des Kundenkontakts mit ereignis- oder zeitbezogenen Folgeaktionen definieren, unabhängig, ob die Kampagne kurzfristig auf eine Veranstaltung hin ausgerichtet ist oder langfristig den Kunden über die Lebenszeit eines gekauften Produktes begleiten soll. Die Erwartungshaltung an ein Kampagnen-Storyboard ist dabei höchst unterschiedlich.

Der Verkaufs- oder Produktverantwortliche des beauftragenden Unternehmens möchte den Erfolg seines Produktes sichergestellt wissen und hat dafür Sorge zu tragen, dass die unternehmensinternen Kommunikationsregeln innerhalb der Kampagne berücksichtigt werden. Mediengestalter, Agenturen, Druck- und Mediendienstleister müssen ihre Inhalte zeitig bereitgestellt, mit den

regelbasierten Einblendungen und Ausprägungen versehen haben und diese aufeinander abstimmen.

Größtes Augenmerk bei der Auswahl eines geeigneten Storyboards ist dabei auf die intuitive Bedienung, die transparente Darstellung und auch auf die Darstellung des Kampagnenfortschritts in Echtzeit zu legen. Mit diesen Merkmalen können Agenturen oder Druck- und Mediendienstleister die nötigen Rückschlüsse auf die Kampagnengestaltungen ziehen. Denn in der dynamischen Zusammenarbeit können Profis gemeinsam zum Ziel der Kampagne wirkungsvoll einen Betrag leisten und ihre individuellen Stärken einbringen.

Printdata und XMPie präsentieren die Möglichkeiten des Crossmedia-Storyboards XMPie Circle auf der PRINT digital! CONVENTION.

➤ www.printdata.biz



Vor dem Erfolg einer crossmedialen Kampagne steht die Planung über ein digitales Storyboard.