



So gelangen die Kunden zu dem digitalen Ort, an dem alle für sie bereitgestellten Informationen finden – in einem übersichtlichen Kacheldesign strukturiert und vom Auftraggeber jederzeit änderbar.

Eine Weiterleitung von der NFC-URL ist ebenfalls möglich. Die Verwaltung, mit der die Inhalte jederzeit in Echtzeit anpassbar sind, erfolgt über ein Online-Portal.

Vertiefende Informationen

NFC-URLs sind prinzipiell für alle Unternehmen und Branchen interessant, die ihren Auftritt, ihre Kundenberatung oder den stationären Fachhandel um einen digitalen Touchpoint erweitern möchten.



WERNER GAULKE-SEDLAK, Technischer Geschäftsführer von NFC21, wird alles

Wissenswerte rund um NFCs auf der *Print & Digital Convention* vertiefen: »Mein Vortrag legt den Fokus darauf, wie NFC als flexibel einsetzbare Digitalisierungstechnologie dazu beitragen kann, Prozesse zu verschlanken und durch diese Optimierungen effizienter zu werden und wettbewerbsfähig zu bleiben.«

NFC21 bietet NFC-Lösungen aus einer Hand und begleitet Projekte in jeder Phase. Dazu gehören ein umfangreiches Sortiment an NFC-Produkten bis hin zu individuellen Lösungen, ergänzt durch persönliche Beratung. Komplementär entwickelt und betreibt NFC21 web-basierte Softwarelösungen, die NFC zur Realisierung intelligenter Dienste nutzen.

An Stand A17 freut sich das NFC21-Team auf Gespräche, neue Kontakte sowie einen kreativen und spannenden Austausch.

> www.nfc21.de



WONDERLANDMOVIES CROSS-MEDIAL MIT PRINT UND VIDEO



Zum bevorstehenden Start der *Print & Digital Convention* setzt der Veranstalter wieder ein besonderes Highlight-Projekt um. In diesem Jahr mit *Wonderlandmovies* – den Experten für personalisierte Videokampagnen.

Text und Bild: Wonderlandmovies

Dazu wurde eine personalisierte »Welcome«-Kampagne erarbeitet, die sich an potenzielle Teilnehmer wendet. Zunächst erhielten 10.000 Adressaten per Print-Mailing (siehe gegenüberliegende Seite) ihre persönlichen QR-Codes, über die jeder Eingeladene ein eigenes Video abrufen kann. Ein weiterer Zielgruppenkreis erhielt einen persönlichen Link zum personalisierten Video per Mail.

Um zusätzlich jedem, der kein personalisiertes Mailing erhalten hatte, die Chance zu geben, sein eigenes Video zu erstellen, wurden alle nicht personalisierten Beilagen-Prospekte mit einem QR-Code versehen. Dieser leitet direkt zur *Wonderlandmovies*-Website, wo das eigene Video mit wenigen Klicks in Echtzeit selber erstellt werden kann. Das Video selbst greift das Motto »Universum« der *Print & Digital Convention* auf und bietet eine aufwendige 3D-Animation mit überraschenden Videopersonalisierungen wie Namens- und Geo-Personalisierungen.

Wonderlandmovies hat die technologischen und inhaltlichen Möglichkeiten datengetriebener Kampagnen und Videopersonalisierungen in den letzten

zwölf Jahren weiterentwickelt. Ob Audio- oder Videopersonalisierung, statische oder bewegte Objekte, Realbild oder Animation – es gibt nahezu keine Umsetzungs-Grenzen. Heute werden personalisierte Videos in allen Bereichen der Kommunikation eingesetzt: bei Image- oder Produktkampagnen, Kunden-Welcome- und Onboarding, Promotions, Cross- und Upselling, Recruiting bis hin zu lokalisierten Lösungen, die auch für kleine und mittelständische Unternehmen interessant sind.



Das personalisierte Video greift das PDC-Motto »Universum« auf und setzt eine Fantasie-Figur ein.

Der emotionalisierende Effekt der Personalisierung ist dabei stets gleich, denn er bedient das grundsätzliche Bedürfnis der Empfänger, ganz persönlich mit einem individuell relevanten Angebot angesprochen und damit ernst genommen zu wer-

den. Deshalb sind personalisierte Kampagnen klassischen Lösungen, die auf Masse und Breite angelegt sind, in allen Parametern der Kommunikationsleistungen messbar überlegen. In der engen Verzahnung von Print und personalisierten Videos liegt dabei eine besondere Chance, denn über alle analogen und digitalen Touchpoints können die Stärken einer cross-medialen Personalisierungskampagne ausgeschöpft werden.

Das Highlight-Projekt der *Print & Digital Convention* soll den Besuchern einen Eindruck davon geben, wie solche Umsetzungen in der Praxis funktionieren, welchen Effekt eine Personalisierung hat und wie das Zusammenspiel der Medien unter Einbeziehung technischer Medienbrücken wie NFC und QR-Codes funktioniert.

Mit einem speziellen Vortrag auf der PDC wird das Thema weiter ausgeführt und seine nachweisbare Relevanz anhand von erfolgreichen cross-medialen Cases (under anderem Coca Cola, MAN, Rotkäppchen Sekt ...) belegt.

> www.wonderlandmovies.de

