

DIE KRAFT DER DATEN IM PROGRAMMATIC PRINT. PPA STARTET KURZ-SEMINARE.

Wie Advertiser mit deutlich weniger Werbegeld erheblich mehr Umsätze erzielen, darum geht es in der Online-Seminarreihe »Die Kraft der Daten«.

Auf der *Campus*-Plattform der *Programmatic Print Alliance (PPA)* zeigen sechs Datenexperten, wo die Daten schlummern, wie sie hegt und gepflegt werden und wie ihre Kraft ohne Streuverlust mittels *Programmatic Print* zur Entfaltung gebracht werden können.

Denn eines ist gewiss: Third-Party-Cookies werden in der zweiten Jahreshälfte 2024 gadenlos zerbröseln, sobald der Marktführer der Internetbrowser – *Google Chrome* – keine Cookies mehr weitergeben wird. Für ein zielgerichtetes Marketing müssen Online-Werber genauso wie das Marketing dann wieder auf First-Party-Daten setzen sowie auf Second-Party-Daten, die sie im Austausch mit Partnern beschaffen müssen.

BASIS-WEBSEMINAR

Das Basis-Seminar geht den Kundendaten auf den Grund. Es beleuchtet, wie Marketer im Unternehmen einen Mindshift hin

zu einer Owned-Data-Strategie einleiten. Wie sie herausfinden, wo im Unternehmen überall Daten anfallen und gespeichert werden. Wie diese Daten zusammengeführt, abgeglichen und bei Bedarf mit externen Daten angereichert werden.

Den Anfang macht MARCEL BEWERSDORF aus dem Vorstand des Bundesverbandes *Marketing Clubs*



mit seinem Vortrag »Nicht alle Kunden sind gleich«. Er zeigt, dass sich hinter Customer Centricity keine Raketenwissenschaft verbirgt, sondern gesunder Menschenverstand, gepaart mit Analytics.

Danach plädiert DR. MICHAEL MÜLLER von der *Sattler Media Group* dafür, das Silo-Denken aufzugeben und Marketingkampagnen aus einer zentralen Datenquelle heraus durchzuführen. Schließlich zeigt RAIMUND LEYKAUF von *DIALOGkomplex*, wie man solche Daten interpretiert,

um Leads zu generieren und in weiteren Schritten immer mehr zu qualifizieren, um so die Zielpersonen immer treffender anzusprechen zu können.

AUFBAU-WEBSEMINAR

Welche Möglichkeiten und Methoden sind die richtigen für die Kommunikationsaufgaben der jeweiligen Branche? Im Aufbau-

seminar stellt die *PPA* drei verschiedene Ansätze vor.

PHILIPP GÖLLER von *Paraboost* zeigt den wohl revolutionärsten Ansatz des *Programmatic Print* von der Datensammlung bis zum Druck. Er setzt auf die Parapipe als erste End-to-End Machine-Learning-Pipeline, die den Customer Lifetime Value mithilfe von KI maximiert.

THOMAS SCHULT von *Customy* setzt in der *analytics union* auf die Kraft der vielen. Er betreibt einen großen Marketing-Datenpool, an dem über 100 Versand-

händler mitwirken (siehe auch Seite 55). Damit identifiziert er aktuelle Mehrfachkäufer und ermittelt anhand des Einkaufsverhaltens aller Teilnehmer passende Bestands- und Neukundenpotenziale nach Häufigkeit, Aktualität und Geldwert.

OLIVER JÖRNS von *microm* generiert durch automatisierte Zielgruppenanalysen detailliertes Wissen für *Programmatic Print*. Er entfesselt die Kraft der Zielgruppenprofile durch die Verbindung von Marktforschung und Geomarketing. So macht er mehr aus den vorhandenen Basisdaten, indem er diese mit dem Datenpool aus Milliarden Einzeldaten nachschärft.

SEMINARE SIND KOSTENFREI

Das Online-Seminar »Die Kraft der Daten – Teil 1« findet am 25. April 2024 von 10:00 Uhr bis 11:30 Uhr statt; Teil 2 des Seminars am 14. Mai 2024 zur gleichen Uhrzeit.

Das Aufbau-Webseminar ist für den 14. Mai 2024 vorgesehen.

Beide Seminare sind kostenfrei für alle Teilnehmenden, die sich bis einen Tag vor der Veranstaltung auf der Website anmelden: > <https://www.programmatic-print.org/de/campus/schulungen>

Ihr Weg zur drupa:

... TREFFEN WIR UNS DORT!

locrFINDER testen: QR-Code scannen und persönliche Route zur drupa erhalten!

Auf den Standort kommt es an:

locr GEOservices and MAPS zeigt Ihren Kunden mit Geomarketing-Lösungen den Weg. **Besuchen Sie uns: Halle 7, Stand F02.**

Der **locrFINDER** bietet personalisierte Anfahrtsinformationen für Ihre Kunden und verbindet Offline mit Online, sodass der Erfolg Ihrer Printwerbung nachvollziehbar wird.

info@locr.com | www.locr.com

locr
GEOservices & MAPS