

locrFINDER

SO EINFACH UND EFFIZIENT WIE NIE. DRUCKPRODUKTE MIT PERSONALISIERTEM ONLINE-CONTENT VERBINDEN.

Von Andrea Abeln

Seit vielen Jahren bietet *locr GEOservices and Maps* aus Braunschweig Geomarketing-Lösungen: Adresslistenaufbereitung, Zuordnung von Standorten und personalisierte Karten – gedruckt oder digital. Es sind effiziente Marketingwerkzeuge, die sich in Projekten aller Branchen wiederfinden. Denn Geodaten lassen sich für jedes Unternehmen zum Vorteil nutzen, und Geo-Personalisierung steigert nachweislich die Antwortraten. Der *locrFinder* ermöglicht eine effiziente Kundenansprache und Rückschlüsse auf den Kampagnenerfolg – auch in der Printwerbung!

Touch the future« hieß es zuletzt im *drupa*-Jahr 2016. Inzwischen hat sich einiges verändert und weiterentwickelt. Besonders die Pandemiejahre haben wir mit viel digitalem Content verbracht und nicht trotz, sondern gerade wegen dieser Entwicklung hat Printwerbung währenddessen ein Revival erlebt. Wer viel Zeit vor dem Bildschirm verbringt, schätzt ein physisches Printprodukt im Briefkasten um so mehr!

Die Frage nach »Print oder Digital« ist heute beantwortet: Es kommt darauf an, Online- und Offline-Kommunikation sinnvoll zu verbinden, um jeden einzelnen Empfänger auf den richtigen Kanälen zu erreichen. Crossmediale Kommunikation und Personalisierung sind vom »Nice-to-Have« zum »Must-Have« geworden.

Mittels Programmatic Printing ist dies so einfach und effizient wie noch nie: automatisierte Prozesse für eine hochgradig personalisierte Kundenansprache. Printprodukte werden ebenso schnell und auf denselben Daten basierend ausgespielt wie digitale Werbung, und sind gleichzeitig wesentlich effektiver. Es lassen sich breitere Zielgruppen ansprechen und zudem jeder einzelne Kunde mit den richtigen Medienkanälen.

Bei *locr* dreht sich alles um Geodaten: Kundenadresslisten werden aufbereitet und ihren Firmenstandorten zugeordnet. Für jeden einzelnen Empfänger können so Fahrtzeit, Entfernung und die beste Route angegeben werden, was nachweislich Antwortraten steigert.

Personalisierte Karten sind ein interessanter Blickfang, vermitteln auf einen Blick alle relevanten Informationen und erreichen uns auf emotionaler Ebene. Bei geringem Aufwand bietet dies hohen Mehrwert und führt zu besonders kosteneffizienten Kampagnen – seit über zehn Jahren in unzähligen unterschiedlichen Marketingprojekten.

So entstanden 2022 zwei besondere *Druckmarkt*-Ausgaben mit komplett personalisiertem Cover (Nr. 137), das direkt zeigte, dass Geomarketing »kein Hexenwerk« ist, sowie ein Seite für Seite personalisiertes Magazin (139), das ganz besonderen Eindruck bei den Lesern hinterließ. Personalisierte Standort- und Routenkarten sowie verschiedene crossmediale Inhalte machten jedes Exemplar zu einem Unikat und stellte unter Beweis, dass dies mit den richtigen Partnern viel einfacher umzusetzen ist als gedacht.

Noch mehr Optionen für crossmediales Marketing, das von Standortdaten profitiert, bietet der *locrFinder*: Ein digitaler Standortfinder,





der sowohl Mehrwert für den Endnutzer als auch das werbende Unternehmen bietet. Standortfinder sind essenziell. Sie klären gleich zu Beginn der Customer Journey die wichtigen Fragen: Wo kann ich eine Testfahrt mit einem neuen Fahrzeugmodell starten?

Wo kann ich am schnellsten vom beigelegten Rabattcode profitieren? Wie weit ist die Eventlocation oder die neu eröffnete Boutique von mir entfernt? Ein QR-Code lädt direkt zum Ausprobieren ein und liefert die Antworten in Sekunden.

Der *locrFinder* wird für Ihr Projekt maßgeschneidert: Design, Icons und die angezeigten Standortinformationen werden individuell angepasst. So kommt Ihre Botschaft klar und verständlich beim Kunden an.

Mittels QR-Code eignet sich der *locrFinder* für jedes Printprodukt: So lassen sich beispielsweise auch traditionelle, kostengünstige Hauswurfsendungen um personalisierte Informationen erweitern, die der Empfänger direkt auf das eigene Endgerät erhält.

Diese crossmediale Ansprache macht Ihre Kampagne insgesamt noch einprägsamer.

Zusätzlich ist es möglich, die Öffnungsraten in Verbindung mit Standortdaten einzusehen. So können Sie nachvollziehen, wo, wann und wie häufig der *locrFinder* in Verbindung mit Ihrem Werbemittel geöffnet wurde: Wo hält sich Ihre Zielgruppe bevorzugt auf? Wo hat welche Werbung besonders gut funktioniert?

Der *locrFinder* macht Interaktionen mit Ihrer Printwerbung sichtbar. Dies ermöglicht wertvolle Rückschlüsse auf den Kampagnenerfolg und Aussagen zur Weiterentwicklung Ihrer Marketingmaßnahmen.

Eine automatisierte, personalisierte Kundenansprache auf den richtigen Kanälen, die Rückschlüsse auf Öffnungsraten von Printwerbung erlaubt – »we create the future!«. Auf der *drupa* in Halle 7, Stand Fo2.

> www.locr.com

