

PURL-Marketing mit der DIALOXX-Methode: Über zweistelligen Response zu enormen Neukundenpotenzialen.

Das Team der Agentur Lecker Werbung aus Berlin gilt als Vorreiter des PURL-Marketing auf dem deutschen Markt.

"Bisher wurde es immer schwieriger für Marken und Dienstleister, ihre Zielgruppe wirkungsvoll zu erreichen. Zumal die Massenmedien von Fernsehen über Hörfunk bis zur Print-Anzeige in ihrer Werbewirkung rapide abnehmen." beschreibt Christian G. Prüfer, Geschäftsführer der Agentur Lecker Werbung die Ausgangssituation.

Mit der von der Agentur über zwei Jahre entwickelten DIALOXX-Methode hat das Team nun eine exklusive PURL-Marketing-Lösung parat, um Auftraggebern überraschend hohe Response-Quoten zu generieren, komplette Kampagnen zur Kundengewinnung zu komponieren und Qualität und Ergebnis des Response direkt im DIALOXX-Cockpit sichtbar zu machen. Eine Steilvorlage für Vertrieb, Sales und Call-Aktionen, um direktes Interesse und konkreten Bedarf der Zielpersonen nachzubearbeiten.

Die Zielperson wird über ein postalische Directmailing angesprochen und ihre Neugier über eine mit ihrem Namen personalisierte Internetadresse (PURL) geweckt, beispielsweise "www.Hier-ist-Ihr-Herbstgeschenk-MartinMustermann.de". Sobald sich die Zielperson über ihren Internetbrowser einloggt, landet sie auf der entsprechenden DIALOXX-Microsite und schaltet sich im System frei. Nun wird ihr ein zugeschnittenes Angebot präsentiert und beispielsweise ein befristeter Rabatt angeboten. Je nach dem, ob und wie sich die Zielperson über das Angebot selbständig informiert, kann auf Interesse oder gar konkreten Bedarf geschlossen werden. Das System erfasst das Nutzungsverhalten, analysiert es und macht es im DIALOXX-Cockpit in Echtzeit sichtbar. Über Diagramme und Listen ist der Erfolg der Maßnahme sofort messbar. Alle nachfolgenden Aktivitäten werden darüber gesteuert: vom postalischen Versand von Broschüren, über eMailings bis zu Outboundcalls.

"Kalt-Akquise entfällt! Es wird nur noch auf vorgewärmten und vorgekochten Kontakten gearbeitet. Das spart Ressourcen, Zeit und vor allem bares Geld!" erklärt Prüfer, denn so entfällt für den Vertrieb die lästige, demotivierende und zeitintensive Interessentengewinnung. "Unsere Auftraggeber sind hoch zufrieden. Vor allem da durch die fokussierte Bearbeitung der entstandenen Kontakte eine wesentlich höhere Konvertierung erreicht wird, als gegenüber allen herkömmlichen Direktmarketing-Aktionen."

Die DIALOXX-Methode ist eine der am meisten eingeführten Kampagnen-Tools für wirkungsvolles PURL-Marketing. Die Methodik ist erprobt und der Erfolg erwiesen. So setzen Versicherungsunternehmen, Finanzdienstleister, Ticketer, Versandhändler und viele Zeitungsverlage auf die hohen Responseraten der DIALOXX-Methode.

Namhafte Kunden setzen auf PURL-Marketing mit der DIALOXX-Methode:

- Für Immobilien Scout 24 wurden rund 30% aller deutschen Makler auf den Launch einer neuen Makler-Software aufmerksam gemacht. Aus dem Stand hat sich eine beachtliche Zahl von Interessenten sofort für das Kennenlernangebot registriert.

- Für die Hannoversche Allgemeine Zeitung wurden 31% der Anzeigenkunden neugierig und loggten sich auf der DIALOXX-Site ein. Ein enormer Erfolg für das Verlagshaus, denn es konnten mehr als doppelt so viele Anzeigen verkauft werden, als zunächst erwartet.

- Die AOK setzt ebenfalls auf PURL-Marketing mit der DIALOXX-Methode, um ehemalige Mitglieder der AOK Rheinland/Hamburg zurück zu gewinnen und neue Mitglieder zu werben.

- Für einen großen bundesweiten Musical-Anbieter wurde mit der DIALOXX-Methode auch über 30% Response generiert: In ganz Deutschland wurden Directmailings im fünfstelligen Auflagenbereich an bestehende Firmenkontakte versendet, um Ticket-Reservierungen zu realisieren.

:: Agentur: www.lecker-werbung.de

:: Methode: www.dialoxx.de

Für weitere Informationen zu Kunden, Projekten, Beispielen und Ansprechpartnern von Auftraggeberseite stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Weitere Kunden / Projekte

- Verlagshäuser & Medienmarken
- Informationstechnologie / Software
- Versicherungen & Finanzdienstleistungen

- Berliner Verlag
- Berliner Zeitung
- Verlagsgruppe Madsack
- Hannoversche Allgemeine Zeitung
- Neue Presse
- DIE WELT
- Hildesheimer Allgemeine Zeitung
- AOK Bundesverband
- AOK Rheinland/Hamburg
- AOK Rheinland-Pfalz
- STAGE Entertainment
- Axel Springer MediaImpact
- Müttergenesungswerk
- ImmobilienScout24

Pressemitteilung | Lecker Werbung | Agentur für Kommunikation | lecker-werbung.de

Werbeagentur

Pressekontakt:

Christian G. Prüfer

Lecker Werbung GmbH

Alexanderstraße 7

10178 Berlin

Telefon: 48486620

E-Mail: lecker@lecker-werbung.de

Internet: <http://www.lecker-werbung.de>

<http://www.onejournal.de/item/marktforschung-consulting/17/purlmarketing-dialoxxmethode-ueber-zweistelligen-response-enormen-neukundenpotenzialen-pr37702.html>
