



medi@wave
internet solutions

Elektronische Marketing Kampagnen - Landingsites

Erfolgreiche Direkt-Response Werbung

mw solutions



Das Potential für elektronische Marketing-Kampagnen nimmt in den letzten Jahren rasant zu. In Deutschland sind laut ARD/ZDF Online Studie 34,4 Millionen Erwachsene, das sind 53,5 Prozent der Bevölkerung online. e-mail Kommunikation ist dabei weiterhin die häufigste genutzte Anwendung im Internet. 73% der Internet User in Deutschland nutzen das Internet hauptsächlich zum Empfangen und Senden von e-mails. Neben der hohen Nutzung zeigen empirische Studien außerdem die Wichtigkeit der Kundenbindung durch elektronische Marketing-Kampagnen. Aber auch die Steigerung von Marken-Bekanntheit/Image, und absatz-fördernde Maßnahmen lassen sich über elektronische Marketing Kampagnen kostengünstig und erfolgreich durchführen.

Treten Sie kostengünstig und effektiv in einen interaktiven und personalisierten Dialog mit Ihren Kunden und Interessenten

Sie möchten Ihre Marketingkampagnen zu einem Höchstmass an Erfolg bringen und Ihre Interessenten und Kunden individuell ansprechen? Sie wollen wichtige Informationen in einer effizienten Art und Weise über Ihre Zielgruppe erhalten? Sie benötigen eine transparente Erfolgskontrolle, um mit den gewonnenen Erfahrungen neue Maßnahmen optimal durchzuführen?

Die Antwort auf diese Fragen ist eine professionelle Direct-Response Werbung. Ziel der Direct-Response Werbung ist es, aus Interessenten Kunden zu machen. Um Ihre Interessenten aufmerksam zu machen werden personalisierte Newsletter versendet. Wird der Kunde dann direkt auf die Homepage des Anbieters verlinkt, so ist meist eine Diskrepanz zwischen Werbebotschaft und Inhalten der Website zu erkennen. Eine Landingsite dient hier als Brücke zwischen Werbung und Verkauf. Das mit der Anzeige geweckte Interesse wird auf der Landingsite fortgeführt und zum Abschluss gebracht. Der direkte Zugang zur Information erhöht somit die Akzeptanz der User. Die Landingsite enthält nur relevante Detailinformationen bezüglich des Angebotes, die der Leser, ohne langes Weiterklicken findet. Response-Elemente und weiterführende Links zur Homepage schließen den Kampagnenprozess ab.

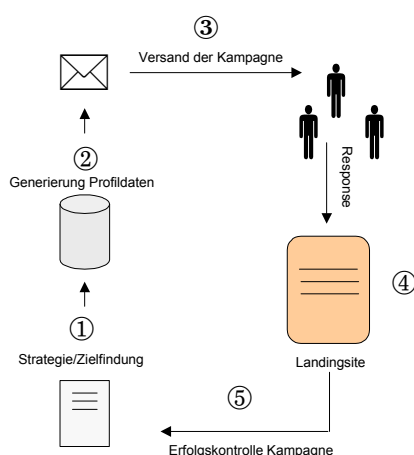


mediawave
internet solutions

Als **Full-Service Dienstleister** bietet Ihnen mediawave sowohl die Beratungsdienstleistung als auch notwendigen Produkte für die professionelle Umsetzung einer elektronischen Marketing Kampagne in allen Stufen des Umsetzungs-Prozesses an.

Effiziente elektronische Marketingkampagnen durchlaufen idealerweise einen iterativen fünfstufigen Prozess. Wichtig für den Erfolg der Kampagne ist es, dass die in den einzelnen Kampagnenstufen gewonnen Informationen zur Optimierung zukünftiger Kampagnen verwendet werden.

Ablauf elektronischer Marketing-Kampagnen



Step 1: Strategie/Zielfindung für die Kampagne

Voraussetzung für eine effiziente Marketing-Kampagne ist die gründliche Planung und Umsetzung eines individuellen Konzepts für den Einsatz von elektronischen Kampagnen im Rahmen der kundenspezifischen Marketing Strategie. Um eine spätere Effizienzmessung zu ermöglichen ist die detaillierte Formulierung der Zielsetzungen notwendig. Dabei können unterschiedliche Ziele verfolgt werden wie z.B.: Neukundenaquisition, Branding, Vertriebsunterstützung, Produktverkauf oder Kostenreduktion.

Step 2: Generierung von Profildaten

Die Basis für eine erfolgreiche Marketing-Kampagne ist die Aufbereitung der vorhandenen Adressdaten, um eine optimale Kontaktqualität zu gewährleisten. Mit der Profildatenbank „**profil.manager**“ von mediawave steht Ihnen ein professionelles Tool für die Verwaltung der aus dem Internet sowie aus anderen Datenquellen gewonnen Kundendaten zur Verfügung. Über eine Suchfunktion können Sie sich die gewünschten Kundenprofile zusammenstellen und haben somit die Grundlage für eine maßgeschneiderte Kampagne geschaffen.

Step 3: Planung und Durchführung

Im ersten Schritt des Versands werden nun die relevanten Adressdaten in das e-mail Marketing System „**e-mail manager**“ von mediawave importiert. Die Anrede wird personalisiert, die Textbausteine individualisiert und den einzelnen Profilen zugewiesen. Grundsätzlich ist die Responserate des e-Mailing hoch, wenn sie auf die Zielgruppenbedürfnisse abgestimmte, kostenlose und exklusive Informationen enthält. Nachdem die Kampagne getestet wurde, wird sie zum gewünschten Zeitpunkt verschickt.

Step 4: Interaktion auf Landingsite

Über die im Newsletter angezeigten Beiträge gelangen die Interessenten auf die Landingsite, auf der die gewünschte Reaktion ausgelöst wird. Der Responseprozess muss kurz und einfach sein, um die Kommunikation auf der Website weiterzuführen und die Zahl der Response hoch zu halten. Die Gestaltung der Landingsite sollte an den Newsletter angepasst werden und ist ausschlaggebend für den Erfolg oder Misserfolg der Marketingaktion. Sie entscheidet, ob eine Response generiert und der Besucher letztendlich zum Käufer umgewandelt werden kann. Mit dem Content Management System „**direct.CMS**“ von mediawave können Sie auf Wunsch die Inhalte der Website selbst erstellen.

Step 5: Erfolgskontrolle

Während man beispielsweise bei einem Print-Mailing kaum die Möglichkeiten hat, den Erfolg der Kampagne exakt zu messen oder der Werbeaktion zuzuordnen, bietet eine elektronische Marketing-Kampagne die Chance, eine Erfolgsmessung effizient vorzunehmen. Es können je nach eingesetzter Technik Nettoempfänger, Öffnungsraten, unterschiedliche Klick-Raten und weitere Kennziffern gemessen werden. Das Reporting bietet Ihnen darüber hinaus als Werbungtreibender einen realtime Einblick in den Verlauf der Kampagne.

Gerne beraten wir Sie persönlich:

Markus Neumann
mediawave internet solutions GmbH
Kolosseumstr. 1a
80469 München

Tel: +49 (0)89 189 406-20
Fax: +49 (0)89 189 406-15
e-mail: markus.neumann@mediawave.de
Web: www.mediawave.de