



Presseinformation

Neuhausen, 14.Mai 2010

SPT bietet innovative Crossmedia Lösung:

PURL-Marketing – die Brücke von Print ins Web

Reizüberflutung, Zeitmangel, Veränderung der Mediennutzung, nichts ist schneller als der Wandel in der Kommunikation. Die Frage „Wie erreiche ich überhaupt noch meine Zielgruppe?“ ist berechtigt. Rückläufige Response-Werte sprechen für sich: die Werbeverweigerung nimmt zu.

SPT Mail, Press Logistic Services GmbH & Co. OHG, der professionelle Dialogmarketing-Dienstleister, geht neue kreative Wege!

Der eindimensionale Dialog über Mailings, Kataloge und Zeitschriften bekommt jetzt eine neue Dynamik. „Print“ als Leitmedium sorgt für die Initialzündung und „Online“ als Zielmedium für die Fortsetzung und die Zielerreichung im Internet.

Es gibt die effiziente Brücke ins Web, die Gangway von Print nach Online. Diese Dialogbrücke bietet vielfältige Möglichkeiten, um individuell auf die Bedürfnisse des Kunden oder Interessenten einzugehen. SPT-PURL-Marketing zielt genau auf diese Möglichkeiten ab. Die personalisierte Brücke ins Web – also die Personal URL – ermöglicht eine gezielt auf die Einzelperson abgestimmte Darstellung des Angebots im Internet.

SPT generiert über die Crossmedia Lösung sogenannte PURL-Adressen wie z.B. www.Gewinner-2010.de/Max-Mustermann. Durch eine gute Kommunikation wird über ein einziges Printmailing Spannung und Neugierde aufgebaut.

Es ist ganz einfach: Der Kunde oder Interessent gibt seine P URL in den Browser ein und sieht nun eine exakt auf ihn zugeschnittene Dialogseite. Jedes Bild, jeder Text und natürlich die persönliche Begrüßung mit seinem Namen werden „on the Fly“ bei seiner Eingabe generiert. Klare Dialogziele und das Gespür für die Interessen der Kunden machen SPT-Purl-Marketing zu einem perfekten Dialoginstrument.



Vorab definierte Fragen an den Besucher ergeben ein klares Bild der Bedürfnisse des Besuchers. Aus dem Dialogziel einer Kampagne wie z.B. Verlängerung des Abonnements, Einladung zur Probefahrt, Terminvereinbarung für den Außendienst, direktem Produktverkauf oder Opt-in für den E-Mail-Newsletter kann dann die SPT mit seinen Dialogspezialisten ein perfekt zugeschnittenes Konzept und ein entsprechendes Leistungspaket erstellen.

Dies beinhaltet die kreative Umsetzung der Crossmedia-Kampagne, die Datenbankaufbereitung und die umfangreichen Möglichkeiten der Auswertung des Response über die SPT-PURL-Marketing Console. Sämtliche Reaktionen auf die Kampagne sind sofort einsehbar. Nachfassaktionen können direkt aufgesetzt werden, ob per E-Mail, SMS oder durch Zusendung eines individuellen Angebots. Über einen integrierten Shop bietet die SPT-Crossmedia-Lösung auch den sofortigen Abverkauf von Produkten oder Dienstleistungen inklusive Übertragung aller Daten in die Datenbank des SPT-Kunden.

PURL ist die Brücke ins Web – sie bringt neue Kunden, effiziente Reaktivierungen, innovative Möglichkeiten der Kundenbindung und vieles mehr.

Testen Sie selbst Ihre PURL unter: www.Gewinner-2010.de

Informationen und Bildmaterial finden Sie unter www.spt.de oder fordern Sie über purl@spt.de aktuelle Kurzinformationen an.

**Weitere
Informationen
und Kontakt**

SPT Mail, Press & Logistic Services GmbH & Co. OHG
Sigurd Skutnik
Schurwaldstraße 11, D-73765 Neuhausen
Fon: +49 (0) 7158/90 99-21/22, Fax: +49 (0) 7158/90 99-50
kontakt@spt.de • www.spt.de

Bildunterschrift

Von Print ins Web: Personalisierung als effizientes Dialoginstrument

Agentur

BB DIRECT Erfolgreiches Dialogmarketing
Presseservice Herr Brückel/Frau Abele
Alleenstraße 18 • D-73230 Kirchheim/Teck
Tel: +49 (0) 7021 8076 949
michael.brueckel@bb-direct.de • www.bb-direct.de