



Herold will mit einer Flatrate den Einstieg ins professionelle Direktmarketing für die Verwendung seiner Business- und Consumer-Daten erleichtern.

Flatrate für Mailings

Herold bietet eine Datenbank mit 350.000 Unternehmen und 1,9 Mio. Häusern in einer Flatrate an.

••• Von Michael Fiala

WIEN. Mailings sind nach wie vor probate Marketing-Instrumente – vorausgesetzt natürlich, die jeweilige Zielgruppe wurde professionell analysiert, und die Kontaktdaten sind korrekt. Herold will jetzt mit einer Flatrate den Einstieg ins professionelle Direktmarketing für die Verwendung seiner Business- und Consumer-Daten erleichtern.

350.000 Unternehmen

Im Business-Bereich stehen rund 575.000 in die Tiefe gehende Daten zu 350.000 heimischen Firmen zur Verfügung. Mit diesen Datensätzen, die von der Unternehmensgröße über das Produktportfolio bis zur Auflistung der Funktionsträger reichen, können Zielgruppen genau eingegrenzt und für effektive Direktmarketing-Aktionen verwendet werden. Eine Firmentypologie, die auf der Basis einer Vielzahl von Faktoren und Eigenschaften erstellt wurde, hilft zusätzlich bei der Selektion der passenden Zielgruppe; zur

Wahl stehen hier zum Beispiel Kategorien wie „Traditioneller Mittelstand“, „Junge innovative Aufsteiger“, „Moderne gewachsene Dienstleister“ und viele mehr.

Haushaltsdatenbank

Für Mailings im Consumer-Bereich steht eine umfangreiche Haushaltsdatenbank mit mehr als 1,9 Mio. Häusern und ca. 4 Mio. Personendaten zur Verfügung. Anhand von soziodemografischen Qualifizierungsmerkmalen sowie Standortanalysen mit Geomarketing-Applikationen können auch hier Zielgruppen genau definiert werden, damit Mailings *tatsächlich* an die richtige Frau und an den richtigen Mann geschickt werden.

Für Business- und Consumer-Daten von Herold gilt gleichermaßen, dass sie aufgrund regelmäßiger Updates top-aktuell sind. Besonders benutzerfreundlich ist die Verwendung von Business-Daten; sie können nach der Selektion gleich ohne großen zusätzlichen Aufwand in Werbebriefe und -karten integriert werden.

„Durch unsere jahrzehntelangen Erfahrungen im Daten- und Adressmanagement können wir heute als Full-Service-Anbieter die gesamte Palette professionellen Dialogmarketings abdecken“, freut sich Martin Kargl, Geschäftsführer von Herold.



© Herold/Michaleki

„Ein attraktives Pricing-Modell mit einer Flatrate erleichtert Marketing-Verantwortlichen den Schritt, Mailings für ihre Neukunden-Gewinnung einzusetzen.“

Offline-Version

Benötigt man derzeit für die Nutzung der Business- und Consumer-Daten noch einen Internetzugang, so wird es bis Mitte des Jahres auch eine Offline-Lösung geben. Dann können Österreichs Marketeers wirklich an *jedem* Ort ihre Direktmarketing-Kampagnen professionell vorbereiten.

„
Durch unsere jahrzehntelangen Erfahrungen im Daten- und Adressmanagement können wir heute als Full-Service-Anbieter die gesamte Palette professionellen Dialogmarketings abdecken.“

Martin Kargl
Geschäftsführer
Herold

“