

Geo-Routing wirkt

Gemeinsam mit der LDD Communication hat Würth eine innovative Direct-Mailing Kampagne umgesetzt.

••• Von Sascha Harold

BÖHEIMKIRCHEN. Wie können Kundinnen und Kunden dazu motiviert werden, den nächstgelegenen Shop zu besuchen? Um diese Frage zu beantworten, holte sich der Spezialist für Montage- und Befestigungsmaterial, Würth, die Dialogagentur LDD Communication ins Boot. Die beiden Unternehmen verbindet bereits eine langjährige



© Gerf Schenk

Würth-Shop lieferte. „Unter dem Motto ‚Wir sind nur elf Minuten Fahrzeit entfernt, Frau Muster!‘ sollte bereits die Headline dazu anregen, das Mailing zu öffnen und sich mit dem Content zu beschäftigen“, so Malzner weiter.

Über 60 Shops in Österreich

Im Direct-Mailing integriert waren zudem Gutscheine, von denen Kunden profitieren konnten. Das reichte von Gratis-Tauschaktionen bis zu einem Frühstücksangebot speziell für Handwerker. Markus Kail, Marketing Manager der Würth-Shops, blickt sehr positiv auf die umgesetzte Kampagne zurück: „Da unser Ansatz von der beworbenen Zielgruppe sehr großen Zuspruch erhielt, nutzen wir die Geo-Personalisierung in weiterer Folge auch für unseren Newsletter-Versand – immer unter der Prämisse, einerseits einen unerwarteten Eye-Catcher zu liefern, und andererseits durch diese außergewöhnliche Werbemaßnahme höheren Response zu generieren, was uns bislang wirklich sehr gut gelingt.“

”

Da unser Ansatz sehr großen Zuspruch erhielt, nutzen wir die Geo-Personalisierung auch für unseren Newsletter-Versand.

Zusammenarbeit; in der konkreten Kampagne ging es darum, einerseits das Bewusstsein für Würth-Shops in der Zielgruppe zu schaffen, andererseits auch zum Besuch der Offline-Shops zu motivieren.

Direct Mailing-Kampagne

Zum Einsatz kam dabei eine ausgeklügelte Direct-Mailing-Kampagne. Andreas Malzner, COO bei LDD: „Wir haben bei der

konkreten Fallstellung mit Geo-Routing gearbeitet. Sprich, wir zeigen den Kunden aufgrund ihrer individuellen Adresse, wo ihr unmittelbar erreichbarer Würth-Shop lokalisiert ist. Die personalisierte Straßenkarte wird ihnen direkt am Anschreiben angezeigt.“ Darüber hinaus setzte die Agentur die Personalisierung in Form einer maßgeschneiderten Geo-Routeninformation um, die die Reisedauer zum nächsten

Markus Kail
Marketing Manager
Würth Shops

“



| Die neuesten Kampagnen

Customer Experience Talks

Die FH St. Pölten bietet laufende Weiterbildung.

ST. PÖLTEN. Unter dem Titel „Customer Experience Talks“ findet an der FH St. Pölten ein regelmäßiges Format der Weiterbildung statt. Die Vortragsreihe zeigt neue Wege der digitalen Kommunikation mit Kunden. Dabei geben internationale Experten Impulse durch praxisnahe Fallbeispiele, anschließend gibt es die Möglichkeit zum Austausch.

Der nächste Termin findet am 23. Mai von 9 bis 10 Uhr statt. Prof. Rita Faullant, Direktorin der M/O/T Management School der Universität Klagenfurt wird über Prinzipien, Incentives und Herausforderungen von Crowdsourcing in der Neuproduktentwicklung sprechen.

Anmeldungen sind über die Website der FH St. Pölten möglich. (red) www.fhstp.ac.at



© PantherMedia/VadymVidrot

Die Vortragsreihe zeigt neue Wege der digitalen Kommunikation mit Kunden.