



So gewinnen Sie Hot Leads für Ihr B2B Geschäft

Sehr geehrte Damen und Herren,

nur 2-3 Prozent der Besucher von B2B Webseiten treten tatsächlich mit den Unternehmen in Kontakt. Wertvolle Leads, die Sie unter Umständen mit Google Ads schon bezahlt haben, gehen Ihnen demnach täglich verloren. Lesen Sie heute, wie Sie diese Webseitenbesucher zukünftig identifizieren und Ihrem Vertrieb damit wertvolle Hot Leads liefern können.

Zur Verteilung Ihrer Gutscheine am Point of Interest bieten wir Ihnen ab sofort neben vielen anderen Locations auch die 300 Fitnessstudios von Mrs. Sporty. Die weiblichen Mitglieder interessieren sich für einen gesunden Lifestyle, für Mode, Kochen, Kosmetik, Reisen und Produkte rund ums Kind. Eine ebenfalls gesundheitsaffine Zielgruppe, jedoch deutlich älter, erreichen Sie mit den Postadressen von BestRelax und SanaNova. Das Potenzial ist gestiegen, downloaden Sie die aktuellen Zahlen und Konditionen.

Interessant für alle Werbetreibenden ist der Best Practice Guide zur EU DS-GVO, den der DDV nun in dritter Auflage herausgebracht hat. Den Link dorthin und weitere Informationen dazu finden Sie untenstehend. Deutlich pragmatischer sind dagegen die Nachrichten aus unserem Fachbereich Print & Mail. Hier stellen wir die Handkonfektionierung mal in den Mittelpunkt und zeigen auf, welche Arbeiten auch in großen Auflagen und guter Qualität manuell erledigt werden können. Manchmal geht das halt nicht anders!

Außerdem freuen wir uns über zwei neue Kolleginnen am Standort Hamburg, die sich Ihnen in dem heutigen Ticker auch vorstellen möchten.

Sonnige Grüße,

Ihre

Jeannette Kuhlendahl

Unsere aktuellen Themen

Identifikation von Webseitenbesuchern

Mit Mrs. Sporty erreicht Ihre Beilagenwerbung die gesundheitsbewussten Damen

Gestiegene Potenziale bei den Postadressen von BestRelax & SanaNova

Best Practice Guide zur EU DS-GVO in dritter Auflage erschienen

Raketenschnell: Handkonfektionierung auch für 6-stellige Sendungsmengen

Unsere neue Kollegin Indjila Parwizi

Unsere neue Kollegin Sultane Tas

Zielgruppen

Identifikation von Webseitenbesuchern: Verpassen Sie keine Hot Leads!

Auch im B2B-Bereich beginnt die Kaufentscheidung oft mit einer Suche im Netz und damit zu 98% auf Suchportalen. Sicher ist: Nur 2-3 Prozent der Besucher hinterlassen eine Nachricht auf Ihrer Webseite oder Landingpage. Wertvolle Potentiale gehen somit unentdeckt an Ihrem Vertrieb vorbei.



Was Sie dagegen tun können und wie die Webseitenbesucher-Identifikation funktioniert erfahren Sie [hier](#).

Julia Köroğlu-Bott | jb@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 202

Mit Mrs. Sporty erreicht Ihre Beilagenwerbung die gesundheitsbewussten Damen



Mrs.Sporty, das mehrfach ausgezeichnete Franchise-Unternehmen, ist Innovationsführer im Sport- und Fitnessmarkt. Nirgendwo sonst finden Frauen jeden Alters und jeder Fitnessstufe ein so leichtes und wirkungsvolles Trainingskonzept für ein gesundes Leben voller Energie. Die sport- und gesundheitsaffinen Damen erreichen Sie ab sofort über professionelle POI-Aktionen.

Weitere Informationen dazu finden Sie in unserem [Factsheet](#).

Jeannette Kuhlendahl | js@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 24

Gestiegene Potenziale bei den Postadressen von BestRelax & SanaNova

BestRelax und SanaNova sind die beiden Experten für die Entwicklung und den Vertrieb von Vitalstoffen, Gesundheitsmitteln und Nahrungsergänzungen für Best Ager. Unter den beiden Marken bedienen die Versender ein überwiegend weibliches, freizeit- und gesundheitsorientiertes Klientel. Neben den Paketbeilageplätzen können Sie postalische Adressen anmieten. Das verfügbare Potenzial ist aktuell gestiegen!



Die neuen Potenziale erfahren Sie hier:

[Datenkarte BestRelax](#)

[Datenkarte SanaNova](#)

Annika Mühlenbeck | amb@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 20

Recht

Best Practice Guide zur EU DS-GVO in dritter Auflage erschienen



Seit dem 25.05.2018 gilt die DSGVO und betrifft Dialogmarketer im Kern ihres Handelns. Schon früh hat daher der DDV einen Best Practice Guide zu dieser Verordnung herausgegeben und hat nun in dritter überarbeiteter Auflage auch neue Entwicklungen und Inhalte integriert.

Berücksichtigt werden insbesondere die Leitlinien des Europäischen Datenschutzausschusses und die deutsche Orientierungshilfe zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Direktwerbung, die im November 2018 von der Datenschutzkonferenz beschlossen wurde. Des Weiteren sind seit Mai 2018 im Rahmen der Umsetzung der Verordnung in der Tagespraxis bei Anwendern und Dienstleistern eine Reihe konkreter Fragestellungen aufgetreten, die im aktualisierten Guide behandelt werden.

Der neue Guide ist **kostenfrei als PDF** und gedruckt verfügbar und kann per Email beim DDV bestellt werden.

[Hier geht's zum DDV und die Bestellmöglichkeit.](#)

Gut zu wissen: Ihre Ansprechpartnerin bei Dialoghaus für alle Fragen rund um das Thema DSGVO ist Juliane Jung.

Juliane Jung | jj@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 201

Print + Mail

Raketenschnell: Handkonfektionierung auch von 6-stelligen Sendungsmengen

Bei den meisten Werbesendungen, die wir konfektionieren, ist eine maschinelle Verarbeitung sichergestellt. Selbst das maschinelle Aufspenden von Sachets, Plastikkarten oder Münzen stellt heute kein unlösbares Problem mehr dar. Dennoch gibt es immer wieder Konfektionierungswünsche oder Materialien, für die keine maschinellen Lösungen im Markt angeboten werden. In solchen Fällen hilft nur die gute alte Handarbeit!



Warum Sie bei uns in guten Händen sind, erfahren Sie [hier](#).

Janina Frontzeck | jf@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 34

Daniel John Keeley | djk@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 14

Hinter den Kulissen

Unsere neue Kollegin Indjila Parwizi



Was mache ich bei Dialoghaus?

Seit Anfang Juli unterstütze ich das Media Sales Team in Hamburg. Meine Verantwortung liegt in der Betreuung des Partnergeschäfts, der crossmedialen Vermarktung von Medien, die wir exklusiv anbieten und der Durchführung von Projekten.

Was habe ich vor Dialoghaus gemacht?

Nach meinem Abschluss mit Fachrichtung Business Psychology, habe ich meine ersten Erfahrungen in der Verlagsbranche gesammelt. Anschließend war ich als Vertrieblerin und Promoterin, für unterschiedliche Agenturen deutschlandweit unterwegs. Meine letzte Station hatte ich in einer Digitalmarketing Agentur im Social Media Bereich, wo ich u.a. für die Betreuung unterschiedlicher Social Media Kanäle zuständig war.

Was mache ich privat gerne?

Meine freie Zeit verbringe ich gerne mit Freunden und mit der Familie. Zwischendurch gibt es auch eine „Inji Zeit“ die mit Sportaktivitäten, viel Filme gucken und kochen besetzt wird.

Indjila Parwizi | ip@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 30

Unsere neue Kollegin Sultane Tas

Was mache ich bei Dialoghaus?

Auf Grund meines vertieften Interesses an sozioökonomischen Themen habe ich den Entschluss gefasst, meine im Bachelorstudium erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse durch ein weiterführendes Masterstudium in Economics zu vertiefen, welches ich voraussichtlich im Oktober dieses Jahres beginnen werde. Für die Zeit meines Masterstudiums gehörte zum meinem Plan, in einem Wirtschaftsunternehmen zu arbeiten, in dem ich mir gut vorstellen kann, später hauptberuflich tätig zu sein. Daher entschied ich mich, mich bei der Firma Dialoghaus als Vertriebsassistentin zu bewerben, wo ich seit Juli 2019 beschäftigt bin und mich über die spannenden und Interessanten Projekte sehr freue.



Dabei unterstütze ich den Hamburger Standort bei der Betreuung von Projekten und Kunden sowie bei allen anfallenden Verwaltungsaufgaben.

Was habe ich vor Dialoghaus gemacht?

Nach meiner Ausbildung zur Kauffrau im Groß- und Außenhandel bei einem Pressegroßhandel, welche ich im Jahre 2011 abgeschlossen habe, war ich als Teamleiterin im Vertrieb bei einem Fernsehproduktionsunternehmen tätig. Nach ca. 4 Jahren entschied ich mich für ein Wirtschaftsstudium, für das ich mich zum Wintersemester 2015/16 an der Universität Hamburg immatrikulierte. Im November letzten Jahres habe ich mein Studium an der Universität Hamburg erfolgreich mit dem Bachelor abgeschlossen.

Mir war es wichtig, auch während meines Studiums in der Arbeitswelt aktiv tätig zu sein, um den Praxisbezug zu halten. Während meines gesamten Studiums bin ich deshalb einer Teilzeitbeschäftigung als Werkstudentin nachgegangen, unter anderem in der Finanzbuchhaltung bei einer Werbeagentur für Postproduktion.

Was mache ich privat gerne?

Zu meinen Hobbies zähle ich neben Tanzen, welches ich seit drei Jahren leidenschaftlich ausübe, auch Joggen. Besonders im Sommer ist es wunderschön, an der Außenalster am Morgen bei Sonnenaufgang zu joggen. Es gibt mir viel Kraft und Energie, den Arbeits- und Studienalltag erfolgreich zu meistern.

Sultane Tas | service@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 23

© Dialoghaus GmbH, Langenfeld.
Alle Rechte vorbehalten.

Impressum

Dialoghaus GmbH

Hardt 22 • D-40764 Langenfeld • T 0 21 73 / 84 83- 0 • F 0 21 73 / 84 83 -222

Borsteler Chaussee 111 • D-22453 Hamburg • T 040 / 46 88 58 - 0 / • F 040 / 46 88 58 - 25

Geschäftsführer: Jeannette Kuhlendahl, Dipl.-Geogr. Juliane Jung

Amtsgericht Düsseldorf, HRB 36523

info@dialoghaus.com - www.dialoghaus.com

Sie erhalten diesen Newsletter, weil Sie den Dialoghaus Newsletter abonniert haben, oder weil wir Sie in unserer Datenbank als Kunde, Interessent oder Partner von Dialoghaus führen. Wenn Sie diesen Service nicht mehr beanspruchen möchten, können Sie uns eine Nachricht schicken, und Ihre E-Mail Adresse wird umgehend aus unserem E-Mail Verteiler gelöscht.

[Newsletter anmelden](#) - [Newsletter abmelden](#)

[unsubscribe](#)