



Testen, Testen, Testen

Sehr geehrte Damen und Herren,

egal, ob Online- oder Offline-Marketing: Die Voraussetzung, damit Sie langfristig erfolgreiche Werbekampagnen realisieren, ist das systematische Testen von Kanälen, Medien und Werbemitteln. Auch im Beilagenmarketing ist das Testen verschiedener Beilagenkanäle, Versandpartner, Werbeträger und Beilagenversionen die Basis, um Ihre Kosten pro Neukunden zu senken und Ihren durchschnittlichen Warenkorb zu erhöhen. Wie Sie das Thema angehen und welche Tools zur Verfügung stehen, erfahren Sie heute in unserem Ticker. Wir stellen Ihnen außerdem die neuen Selektionsmöglichkeiten für Paketbeilagen nach Bestellverhalten bei Yves Rocher vor und die aktualisierten Vermarktungsinformationen bei uhrcenter.

Für die B2B Marketer beleuchten unsere Adressexperten das Thema E-Mail-Adressen im B2B-Markt und geben Ihnen praxisnahe Tipps für die Beschaffung. Darüber hinaus zeigen wir Ihnen auf, wie Sie sich mit unseren Metamerkmale von einzelnen Business-Datenbanken unabhängig machen.

Eine schöne Restwoche wünscht Ihnen
Ihre

Jeannette Kuhlendahl

Unsere aktuellen Themen

So wichtig sind Tests für erfolgreiches Beilagenmarketing

E-Mail-Adressen: Eine Betrachtung des B2B-Marktes

Neuigkeiten zu den Beilageplätzen bei Uhrcenter

Neu: Selektive Paketbeilagen nach Bestellverhalten bei Yves Rocher

Mit Metamerkmale Firmenadresslisten optimieren

Zielgruppen

So wichtig sind Tests für erfolgreiches Beilagenmarketing

Tests sind in der Neukundengewinnung mit Beilagen unverzichtbar! Die Gelegenheiten Beilagenwerbung zu platzieren sind nahezu unerschöpflich: Mehr als 1.000 prominente Versender nehmen Beilagen in ihre ausgehenden Warensendungen auf, über 1.600 Publikumszeitschriften, 5.600 Fachzeitschriften und mehr als 1.000



Kundenmagazine transportieren Beilagen zur interessierten Leserschaft und selbst an nahezu 250.000 sogenannten Points of Interest – Orten, an denen spezielle Zielgruppen anzutreffen sind – lassen sich Beilagen platzieren. Aber damit nicht genug, viele Millionen Kataloge und sogar die schriftliche Korrespondenz zahlreicher Unternehmen bieten Platz für Beilagenwerbung jeglicher Art.

Über ausgefeilte Tests finden Sie die perfekten Träger für Ihre Beilagenwerbung. Warum das so wichtig ist und wie es funktioniert zeigen wir Ihnen [hier](#).

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

E-Mail-Adressen: Eine Betrachtung des B2B-Marktes



Die Nachfrage nach B2B-E-Mail-Adressen steigt und damit aus unserer Sicht die Notwendigkeit, sich diesen Markt einmal näher zu betrachten und für unsere Kunden transparent zu machen. Nachfolgend geben wir Ihnen einen Überblick über die Möglichkeiten und Grenzen dieses Werbewegs.

Lesen Sie [hier](#) welche Wege ins Unternehmen und zu den richtigen Ansprechpartnern führen und welche wichtigen Fragen und Anforderungen Sie an Emailquellen im B2B-Markt haben sollten.

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

Neue Zeitrechnung – jetzt attraktive Konditionen und frische Potentiale und bei uhrcenter sichern

Zum neuen Jahr bietet unser exklusiver Vermarktungspartner uhrcenter neue attraktive Konditionen und Beilagenpotentiale zur Ansprache einer exklusiven Kundengruppe.



Nutzen Sie den Zugang der traditionsreichen Esters GmbH zu Ihrer qualitätsbewussten, designorientierten und kaufstarken Kundengruppe für Ihre

nächste Dialogkampagne.

Mehr Informationen erhalten Sie [hier](#).

Mark Bergmann | mb@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 30

Neu: Selektive Paketbeilagen nach Bestellverhalten bei Yves Rocher



Yves Rocher bietet Ihnen bereits seit langer Zeit attraktive Selektionsmöglichkeiten für Ihre Beilagenaktion. Zusätzlich können Sie seit nun ab sofort auch nach dem Bestellverhalten der Kunden selektieren. Unterscheiden Sie zwischen Post-, Telefon- und Internet-Käufern und nutzen Sie damit die Bestellvorlieben und -gewohnheiten Ihrer

Zielgruppe über optimierte Response-Ergebnisse. Überzeugen auch Sie sich von der neuen Selektionsmöglichkeit bei Yves Rocher und senden Sie uns Ihre Anfrage!

Weitere Information zur Zielgruppe, Konditionen und Auflagen finden Sie auf dem [FactSheet](#).

Sophia Ripplinger | sr@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 21

IT-Services

Machen Sie sich unabhängig: Mit Metamerkmale können Sie jede Firmenadressliste optimieren

Sie setzen unterschiedliche Businessdatenbanken ein, nutzen analytische Verfahren für die Prognose der besten Segmente und wünschen sich eine einheitliche Bewertungsmöglichkeit? Bisher scheitert dies leider immer an unterschiedlichen Merkmalswelten der einzelnen Anbieter.



Dialoghaus hat mit den eigens hierfür entwickelten Metamerkmale die optimale Lösung parat: Jede Adresse kann hiermit auf Nähe zu Ihrer Zielgruppe hin bewertet werden und das unabhängig von der Quelle mit einheitlichen, aus der Adresse und der Firmierung abgeleiteten Merkmalen. Klingt nicht nur gut, ist auch so.

Warum die Unabhängigkeit von einzelnen Businessdatenbanken für Sie wichtig ist, lesen Sie [hier](#).

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

© 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](#)