



Mit den besten Wünschen für 2017

Sehr geehrte Frau Kuhlendahl,

Was sind die Marketing-Trends 2017? Welche Entwicklungen im Dialogmarketing werden uns beschäftigen? Wir haben uns umgesehen und festgestellt: Im Wesentlichen die gleichen wie 2016! Die digitale Transformation, die systematische Analyse und Nutzung von Kundendaten, die Verzahnung von Print, Online und Mobile für intelligente Crossmedia-Kampagnen sind nach wie vor Themen, die auch den Marketingalltag 2017 bestimmen werden.

Für 2017 sehen wir die Herausforderung - insbesondere für die Neukundengewinnung - aus der stetig wachsenden Anzahl von Werbeformen und -angeboten, die durch die verschiedenen Kanäle möglich geworden sind, die herauszufiltern, die für die jeweilige Zielgruppe relevant und damit performant sind. Als Berater mit jahrzehntelanger Erfahrung im Dialogmarketing möchten wir Sie dabei in 2017 unterstützen.

In unserem heutigen Ticker finden Sie die aktualisierten Mediadaten unserer Versandapotheken Sanicare und Aliva. Wenn Sie die Zielgruppe der Best Ager im Visier haben, bieten wir Ihnen heute gleich zwei interessante neue Möglichkeiten an: Die Sportbag aktiv, eine Samplingtüte, die in Sportclubs an Senioren verteilt wird und die Paketbeilagenplätze bei drei Online-Shops. Im B2B Bereich sind ab sofort auch die Adressen der Unternehmen bestellbar, die in 2017 Jubiläum feiern. Für die, die in der Planung von Mailingaktionen stecken und unsicher sind, ob die Daten noch auf dem aktuellen Stand sind, haben wir einen kostenlosen Datencheck im Angebot. Unbedingt lesen!

Ein gesundes, glückliches und erfolgreiches Jahr für Sie alle!

Ihre

Jeannette Kuhlendahl

Unsere aktuellen Themen

Versandapotheken Sanicare + Aliva - Neue Mediadaten 2017

Beilagen in der Sport Bag aktiv an die Zielgruppe 50+

B2B Jubiläumsadressen 2017

Paketbeilagen bei 3 neuen Senioren-Onlineshops
Dialoghaus Daten Diagnose kostenlos testen

Zielgruppen

Jetzt anfordern: Mediadaten 2017 der Versandapotheken Aliva und Sanicare

Planen Sie gerade Ihre Werbeaktionen fürs neue Jahr? Das trifft sich gut, denn ab sofort sind die druckfrischen Mediadaten 2017 der Versandapotheken Aliva und Sanicare verfügbar! Neben neuen Werbemöglichkeiten finden Sie außerdem topaktuelle Zielgruppeninformationen und Auflagen zu altbewährten Medien.



Die Aliva-Apotheke ist seit 2007 am Markt tätig und Mitglied im Bundesverband Deutscher Versandapotheken (BVDVA). Aliva bietet ihren Kunden ein breites Spektrum rezeptpflichtiger und frei verkäuflicher Medikamente und steht in ihrem Sortiment, dem einer herkömmlichen Apotheke in Nichts nach. Einer umfangreichen Beratung der Kunden wird eine hohe Bedeutung beigemessen.

Zielgruppenprofil Aliva

- 100 % Privatadressen, davon 40 % männlich / 60 % weiblich
- Altersschwerpunkt über 50 Jahre
- gesundheitsbewusst
- gewonnen über Internet, Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, Empfehlungen

Medienüberblick Aliva

Print:

- Anzeigen in Angebotsprospekten
- Anzeigen auf Katalogbeilagen
- Anzeigen in Kundenmailings
- Beilagen in Paketen

Nutzen Sie hier den [Download der Mediadaten Aliva](#) oder fordern Sie kostenlos ein gedrucktes Exemplar bei uns an.

Die SANICARE-Versandapotheke ist eine der größten Versandapotheken Deutschlands. Täglich werden rund 12.000 Päckchen versandt. Zum Kundenstamm zählen mehr als 1,6 Millionen Kunden. SANICARE ist seit Januar 2004 als Versandapotheke am Markt tätig und Mitglied im Bundesverband Deutscher Versandapotheken (BVDVA). Das SANICARE-Angebot umfasst Medikamente mit und ohne Rezept. Außerdem Gesundheitsprodukte wie Nahrungsergänzungsmittel, Reformhausprodukte, Kosmetika, Hilfsmittel und sogar spezielle Rezepturen oder kühlpflichtige Waren wie Impfstoffe.



Zielgruppenprofil Sanicare

- 100 % Privatadressen, davon 35 % männlich / 65 % weiblich
- Altersschwerpunkt 40 bis 50 Jahre
- gesundheitsbewusst
- gewonnen über Internet, Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, TV-Werbung, Empfehlungen

Medienüberblick Sanicare

Print:

- Anzeigen in Angebotsprospekten
- Anzeigen in Kundenmailings
- Beilagen in Paketen

Online:

- Anzeigen in Newslettern

Nutzen Sie hier den [Download der Mediadaten Sanicare](#) oder fordern Sie kostenlos ein gedrucktes Exemplar bei uns an.

Wir freuen uns auf Ihre Anfragen!

Denise Wiechern | dw@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 20

Zielgruppen

Gezielt Best Ager erreichen mit der Sportbag *aktiv*

Mit der Sportbag *aktiv* erreichen Sie die Zielgruppe 50+, die sich weiterhin sportlich betätigt, um agil zu bleiben und Alterskrankheiten vorzubeugen. Es handelt sich um eine qualitätsbewusste und kaufkräftige Zielgruppe der Matre Consumer.



Die Sportbag *aktiv* ist eine Sampling-Tüte, die gefüllt ist mit Warenproben, Gutscheinen, Infobroschüren und Ratgebern.

Die Verteilung der Sportbag *aktiv* erfolgt bundesweit durch Markenbotschafter in ausgewählten Sportclubs und -vereinen, diese agieren als Multiplikatoren innerhalb des Zielgruppenkanals (z.B. Seniorengolfgruppe) und verbreiten so die Botschaft der Sportbag *aktiv*. Durch das Verteilen in vertrauter Atmosphäre und dem direkten Dialog mit den Clubmitgliedern ist ein geringer Streuverlust garantiert.

Zielgruppenprofil

- männlich / weiblich
- Altersschwerpunkt 50+
- Kaufkraft mittel bis gehoben
- Interessiert an Gesundheit, Sport, Kunst und Kultur, neuen Medien, Haus und Garten, Reisen, Genuss, Kosmetik und Wellness

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

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

Zielgruppen

Jubiläums Adressen - Unternehmen, die in 2017 ein rundes Jubiläum feiern

Passend zum runden Dialoghaus-Geburtstag in 2017 möchten wir Ihnen eine neue Adressliste vorstellen:
Unternehmen, die in diesem Jahr ein rundes Jubiläum feiern!



Besonders bei runden Jubiläen wird oft ein aufwendiges Programm geplant und Streuartikel oder exklusive Präsente werden benötigt. Nutzen Sie diese spannende Kollektion für Ihre Werbezwecke. Diese Daten sind telefonisch erhoben und nicht über Handelsregistereinträge errechnet. Somit bekommen Sie hier das exakte Jahr einer Gründung.

Potenziale

3.200 telefonisch erfasste Unternehmen mit 11.200 Entscheidern aus Verkauf, Marketing, Sekretariat, Einkauf und der Geschäftsleitung.

Zielgruppenprofil

- 100 % Firmen
- 38 % der Firmen beschäftigen über 100 Mitarbeiter
- Topaktuell in den letzten 12 Monaten erfasst
- 100 % telefonisch ermittelt und personalisiert
- Selektierbar nach Branche, Betriebsgröße und regionalen Merkmalen

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

Jennifer Grundmann | jeb@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 105

Zielgruppen

PAKETBEILAGEN! Über diese 3 Onlineshops erreichen Sie Senioren!

Der Shop sehhelper.de bietet die größte Auswahl an Hilfsmitteln für sehbehinderte und blinde Menschen. Der Shop hoerhelper.de ist Deutschlands führender Shop für die Zielgruppe schwerhörige, hörbehinderte und gehörlose Menschen. Aktivwelt.de wendet sich an Senioren, die aktiv und mit Freude am Leben teilhaben wollen. Die Shops sprechen sowohl Internetkäufer als auch Versandhauskäufer an.



Alle Shops sind TrustedShops-zertifiziert. Die Kunden bestellen online, per Telefon, per E-Mail oder per Brief. Wesentlicher Bestandteil der Verkaufsphilosophie ist die sachkundige aber kostenlose Beratung der Kunden per Telefon und E-Mail/Brief. Die Kunden sind bereit, für die Verbesserung ihrer Lebensqualität Geld auszugeben.

Paketbeilagen

Potential pro Monat: 10.000 Beilagen (je Shop).

Zielgruppenprofil

- 50 % männlich / 50 % weiblich
- 100 % Privatadressen
- Alter 60 bis 90 Jahre
- Deutschland

Weitere Informationen finden Sie in den jeweiligen Datenkarten:

[Download Datenkarte sehhelper.de](#)

[Download Datenkarte hoerhelper.de](#)

[Download Datenkarte aktivwelt.de](#)

Jennifer Grundmann | jeb@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 105

Sie glauben, Sie haben aktuelle Daten? Stellen Sie dies mit Dialoghaus auf den Prüfstand!

Im vergangenen Jahr haben wir zahlreiche Gespräche mit Unternehmen geführt, die ihre Daten bereits bereinigen und von aktuellen Daten ausgehen. Die Kernaussage in diesem Zusammenhang: „...es wird einmal im Jahr bereinigt“.



Im realen Einsatz von Kundendaten kommen jedoch immer noch etliche Werbebriefe wieder zurück. Wie kann das sein, fragen Sie zu Recht? Werden die Bestände anschließend noch einmal von uns über verschiedene Referenzquellen geprüft, kommen erschreckende Quoten zutage:

Zum Teil über 15 % Verstorbene, 10 % Unzustellbare und immer noch 3-5 % Umzüge in den Beständen. Alle Treffer in Premium Qualität und auf Personenebene. Was dies für einen Datenbestand von 100.000 Kunden bedeutet? Hohe Kosten in allen Bereichen – von Produktionskosten bis hin zu Umsatzeinbußen!

Wir gehen davon aus, dass in vielen Beständen trotz Bereinigungen immer noch mindestens 5 % Altdaten enthalten sind! Aus diesem Grund arbeiten wir mit allen guten Marktreferenzquellen für Sie zusammen!

Überzeugen Sie sich selber und checken Sie kostenlos Ihre Daten gesamtheitlich!

[Download Muster B2C DialoghausDatenDiagnose](#)

Sprechen Sie uns an!

Jennifer Grundmann | jeb@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 105

© 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](#)