



### **Dialoghaus erhält Qualitätssiegel - Datenverarbeitung und Listbroking**

Sehr geehrte Frau Kuhlendahl,

eines der Top-Marketingthemen in diesem Jahr wird wieder die systematische Analyse und Nutzung von Kundendaten sein. Große Datenbestände müssen sinnvoll segmentiert werden, um die Kaufwahrscheinlichkeit zu erhöhen und Budget optimal einzusetzen. Wie das funktioniert beschreiben wir Ihnen heute in unserem Ticker und laden Sie gleichzeitig ein, Ihre Analyse-Themen mit unserer Kollegin Juliane Jung zu diskutieren.

Außerdem halten wir für Sie die neuen Verteiltermine und -orte der Glückstüte® und Glückstüte® Diabetes zum Download bereit sowie die Änderungen, die die Deutsche Post AG im Bereich Mailingversand zum Jahresbeginn 2017 eingeführt hat. Mit [www.av-finance.com](http://www.av-finance.com) bieten wir Ihnen qualifizierte Daten für eine Standalone-Kampagne an Entscheider bei Finanzdienstleistern.

Wir freuen uns darüber hinaus über den Erhalt der Qualitätssiegel für die Dienstleistungen Datenverarbeitung und Listbroking des Deutschen Dialogmarketing Verbandes gleich zu Jahresbeginn und können uns damit auch in 2017 als Ihr geprüfter Partner für alle IT-Services anbieten.

Eine schöne Restwoche und herzliche Grüße

Ihre

Jeannette Kuhlendahl

### **Unsere aktuellen Themen**

Budget optimiert einsetzen – Daten gezielt selektieren

Mit Standalones qualifizierte Entscheider ansprechen

Termine 2017 für die Glückstüte® und Glückstüte® Diabetes

Änderungen bei der Deutschen Post AG seit 01.01.2017

Dialoghaus erhält Qualitätssiegel Datenverarbeitung und Listbroking 2017

## Zielgruppen

### Budget optimiert einsetzen – Daten gezielt selektieren

#### Großer Kundenbestand - aber wer zählt zu den potenziellen Käufern?

Eine große Datenbasis, aus der weit geschöpft werden kann, ist der Traum eines jeden Direktmarketers. Sie kann aber auch zur Herausforderung werden wenn es gilt, hieraus die erfolgversprechendsten Kandidaten für die Werbekampagne auszuwählen.



In Zeiten, in denen Budgets knapper werden, sind Strategien unter dem Motto „viel hilft viel“ nicht mehr finanzierbar. FRM-Modelle, die Kaufdaten, -häufigkeit und Auftragswerte berücksichtigen, finden für die Segmentierung Anwendung, bilden aber z.B. nicht Besonderheiten der Sortimente nach.

Viele Informationen, die Ihre Daten noch enthalten, bleiben ungenutzt und können dennoch Hebel bilden, die Perlen in Ihrem Bestand herauszufiltern.

**Sie haben Interesse? Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#) oder lassen Sie uns Ihre individuellen Anforderungen besprechen, wenn Sie ein konkretes Angebot wünschen.**

Juliane Jung | [jj@dialoghaus.com](mailto:jj@dialoghaus.com) | 02173 - 84 83 - 201

## Zielgruppen

### Mit Standalones qualifizierte Entscheider ansprechen!

Aktuellste Informationen zu den Geschehnissen in der Welt der Bank-IT, Banktechnik, Versicherungs-IT und Kundenkommunikation bieten die Websites [www.av-finance.com](http://www.av-finance.com), [www.geldinstitute.de](http://www.geldinstitute.de), [www.versicherungsbetriebe.de](http://www.versicherungsbetriebe.de) und [www.callcenter-for-finance](http://www.callcenter-for-finance).



Zielgruppe sind Entscheider in Banken / Geldinstituten (gi) und Assekuranz / Versicherungsbetrieben (vb) aus den Bereichen Orga, IT, ITK, Fachabteilungen, Vertrieb, Unternehmensführung und Verantwortliche im CallCenter-Bereich.

Sprechen Sie diese Zielgruppe doch einmal mit einer Standalone Kampagne an!

#### Potentiale

##### Selektion

Vollversand (gi & vb)  
Unternehmen bis 249 Mitarbeiter (gi & vb)  
Unternehmen bis 250 Mitarbeiter (gi & vb)  
Banken 6.500 Empfänger  
Versicherungen 6.500 Empfänger

##### Empfänger

13.000  
7.000  
6.000  
6.500  
6.500

Geschäftsführer (gi & vb)	6.000
IT-Entscheider (gi & vb)	7.000

### Zielgruppenprofil

- 100% Firmenadressen
- Wichtige Firmenentscheider aus diversen Bereichen
- Land: Deutschland

Weitere Informationen und Preise finden Sie auf unserer [Datenkarte](#).

Kathrin Artmann | [ka@dialoghaus.com](mailto:ka@dialoghaus.com) | 02173 - 84 83 - 212

## Zielgruppen

### Neue Termine 2017 für Glückstüte® und Glückstüte® Diabetes

#### Die Glückstüte® 2017

Mit der Glückstüte® erreichen Sie die Zielgruppe 50+ auf eine sehr sympathische Weise: Prall gefüllt mit Gratisproben und Gutscheinen unterschiedlichster Unternehmen. Die Glückstüte® wird persönlich auf 50plus-Veranstaltungen und Publikumsmessen verteilt.

Die Zielgruppe 50plus bleibt länger jung, ist aktiv, mit dem Leben zufrieden und finanziell gut abgesichert. Zwei Drittel der Bestager investieren in Qualität. Sie sind häufig status- und besitzorientiert, verfügen über Eigentum und streben nach Selbstverwirklichung und Genuss.



#### Zielgruppenprofil

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

Die **technischen Details und Informationen zu den neuen Terminen und Konditionen 2017** erhalten Sie [hier](#).

Jeannette Kuhlendahl | [js@dialoghaus.com](mailto:js@dialoghaus.com) | 040 - 46 88 58 - 24

## Die Glückstüte® Diabetes 2017

Mit der Diabetes Glückstüte® erreichen Sie die Zielgruppe 50+, die sich aufgrund ihrer Erkrankung Diabetes Typ-2 sehr mit dem Thema Gesundheit beschäftigt. Es handelt sich um die qualitätsbewusste und kaufkräftige Zielgruppe der Mature Consumer.

Speziell geschultes Personal überreicht die Glückstüten bei bundesweiten exklusiven ausgewählten Gesundheits- und Diabetesmessen (60.000 Glückstüten), so dass keine Streuverluste entstehen. Zusätzlich kann die Verteilung über Markenbotschafter erfolgen. Markenbotschafter sind Multiplikatoren innerhalb eines Zielgruppenkanals, die gezielt für die Teilnahme an Aktionen gewonnen werden und so die Botschaft der Diabetes Glückstüte verbreiten. Des Weiteren werden zusätzliche Kanäle bedient wie z.B. Diabetes Selbsthilfegruppen, Diabetes Kochkurse, Diabetes Kochschulen, Diabetes Sportveranstaltungen und ausgewählte Diabetes Fitnesscenter.



### Zielgruppenprofil

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

Die **technischen Details und Informationen zu den neuen Terminen und Konditionen 2017** erhalten Sie [hier](#).

Jeannette Kuhlendahl | [js@dialoghaus.com](mailto:js@dialoghaus.com) | 040 - 46 88 58 - 24

**Print + Mail**

### Änderungen bei der Deutschen Post AG seit 01.01.2017

Wie gewohnt wartet die Deutsche Post AG zu Beginn des Jahres wieder mit einigen Änderungen im Bereich Mailingversand auf. Da die Deutsche Post derzeit keine Zusammenfassung der Änderungen in einer Übersicht zur Verfügung stellt, haben wir uns an die Arbeit gemacht und diese für Sie aufbereitet.

**Deutsche Post** 

In unserem [FactSheet](#) finden Sie detaillierte Informationen zu den Änderungen bei der Freimachung, der Automationsfähigkeit beim Versand ohne Umhüllung und zu den Preisen von Premiumadress.

Die aktuelle Broschüre der Deutschen Post finden Sie [hier](#).

Janina Frontzeck | [jf@dialoghaus.com](mailto:jf@dialoghaus.com) | 040 - 46 88 58 - 34

## Dialoghaus erhält Qualitätssiegel Datenverarbeitung und Listbroking 2017

Wie schon in den vergangenen Jahren haben wir auch für 2017 die Qualitätssiegel des Deutschen Dialogmarketing Verbandes für die Bereiche Datenverarbeitung und Listbroking erhalten. Als Dienstleister, der in den DDV-Councils DirectMail Services und List Council Mitglied ist, haben wir uns im Bereich Datenschutz auf weitreichende und über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehende Qualitäts- und Leistungsstandards (QuLS) verpflichtet. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird durch ein externes Datenschutz-Prüfunternehmen kontrolliert. Die Prüfung für 2017 ist nun erfolgt und wir freuen uns über den Erhalt der Siegel.



Externes Datenmanagement ist Vertrauenssache! Wir sind spezialisiert auf den Umgang mit adressenbezogenen Daten und werden weiterhin alles daran setzen, für unsere Kunden den besten Service zu erbringen – auf hohem inhaltlichen, fachlichen und auch datenschutzrechtlichen Dialoghaus-Standard.

[Download Qualitätssiegel Council DirectMail Services](#)

[Download Qualitätssiegel List Council](#)

Juliane Jung | [jj@dialoghaus.com](mailto:jj@dialoghaus.com) | 02173 - 84 83 - 201

© 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](mailto:info@dialoghaus.com) - [www.dialoghaus.com](http://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](#)