



Ideen für regionale Werbung

Sehr geehrte Frau Kuhlendahl,

die regionale Aussteuerung von Werbung wird aus unterschiedlichen Gründen immer mehr zum Thema der E-Commerce-Unternehmen. Dabei werden häufig auch Print-Gutscheine und Warenproben genutzt, um potentielle Käufer auf die Webseite zu locken. Nicht alle Dialogmarketingkanäle lassen sich selektiv belegen, so dass neben der Region auch die passende Zielgruppe angesprochen wird. Die Verteilung der Gutscheine am Point of Interest ist dabei erste Wahl im Beilagenmarketing. Welche Möglichkeiten zur Verfügung stehen lesen Sie heute in unserem Newsletter.

Wir berichten darüber hinaus, wie Sie als Einzelhändler Ihre Zielgruppe nach Fahrtzeit selektieren können und warum die Kundenmagazine gerade bei der Ansprache von besonders kaufkräftigen Zielgruppen beachtet werden sollten. Außerdem stellen wir Ihnen das Gutscheineheft "Chic Shoppen" vor, über das sich Gutscheine auch besonders günstig an modeaffine Damen verteilen lassen.

Unsere Produzenten haben sich zum Thema "Gutschein" auch etwas Tolles ausgedacht: Den Kalender 2018 mit integrierten Gutscheinen - jede Woche oder jeden Monat - ganz wie Sie mögen.

Herzliche Grüße

Ihre

Jeannette Kuhlendahl

Unsere aktuellen Themen

Ausgewählte Kundenmagazine mit besonders kaufkräftiger Zielgruppe

Regional streuen: Gutscheine und Warenproben am Point of Interest

„Chic Shoppen“ – Das Gutscheineheft für die Damen in Deutschland!

Zielgruppenselektion für den Einzelhandel nach Fahrtzeit

Werben mit Kalendern: Mit integrierten Gutscheinen zur Umsatzmaschine

Zielgruppen

Beilagen in Kunden- und Mitgliedermagazinen – Da steckt richtig Kaufkraft drin!

Kunden- und Mitgliedermagazine sind seit vielen Jahren wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskommunikation renommierter Großunternehmen, bei denen das Customer Relationship Management höchste Priorität genießt. Hierbei handelt es sich in erster Linie um Autohersteller, Banken und Finanzdienstleister, Krankenkassen, Einzelhandelsfilialisten, Nonprofit-Organisationen und Reiseanbieter.



Die besonders kaufkräftigen Zielgruppen dieser Unternehmen sind in der Dichte so gut wie gar nicht über andere Werbewege erreichbar und deshalb für die Bewerbung hochpreisiger Produkte und Dienstleistungen besonders spannend. Das CP-Portfolio von Dialoghaus umfasst mehr als 1.000 Kundenmagazine, die nach Zielgruppe selektiert werden können. Wir platzieren dort Anzeigen und Beilagen und bieten Ihnen hierfür den gesamten Mediaservice an.

Eine kleine Auswahl kaufkraftstarker Titel finden Sie heute im [Download](#).

Für ein individuelles Angebot sprechen Sie uns bitte gerne an.

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

Regional streuen: Gutscheine und Warenproben am Point of Interest

Immer häufiger erhalten wir Anfragen von Unternehmen, die Gutscheine oder Warenproben regional streuen lassen möchten. Sei es deshalb, weil die Dienstleistung oder das Angebot zu Beginn nur in einer oder wenigen Städten verfügbar ist, weil neben dem Versandhandel nun auch Filialen in ausgewählten Städten eröffnet werden oder zum Ausgleich regionaler Umsatzdefizite.



Über die klassischen Beilagenkanäle Paket und Zeitschrift ist die regionale Verteilung nur sehr eingeschränkt realisierbar. Sehr effektiv und absolut punktgenau lässt sich eine Gutscheinverteilung über den Point of Interest durchführen. Vor Ort erreichen wir die gewünschten Zielgruppen, wo sie konzentriert auftreten: Fashionistas in Mode-Fachgeschäften und Parfümerien, Sportbegeisterte in Fitnessclubs, Best Ager in Wellnesshotels und am Golfplatz oder Familien in Schwimmbädern und Kindergärten. Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen! Mit mehr als 250.000 Orten, an denen Gutscheine und Warenproben verteilt werden können, erreichen wir jede Zielgruppe am Point of Interest – ganz direkt und mit persönlicher Empfehlung! Das schafft Vertrauen für Ihr Produkt, Ihren Shop oder Ihre Dienstleistung.

Das spricht für die regionale Verteilung von Gutscheinen und Gratisproben am Point of Interest:

- hohe Reichweite in kurzer Zeit

- niedriger Tausenderpreis im Vergleich zu Promotions
- hohe Akzeptanz und Aufmerksamkeit, da i.d.R. als Geschenk „Hand-in-Hand“ ausgegeben
- wenig Streuverlust, da die Zielgruppe eng definiert werden kann
- sowohl B2C als auch B2B Zielgruppen adressierbar
- regionale Selektion und Streuung möglich
- hoher Individualisierungsgrad, da an keine Versandrichtlinien gebunden
- Empfehlungscharakter inklusive
- zusätzliche Kommunikationsleistungen durch den Einsatz begleitender Werbemittel
- im Erfolgsfall skalierbar auf ganz Deutschland und/oder das deutschsprachige Ausland

Individuell und aufmerksamkeitsstark müssen Aktionen am Point of Interest gestaltet werden. Sie sollen Zielgruppen überraschen, im Gedächtnis bleiben und zum Dialog einladen. Wie eine professionelle Planung erfolgt, erfahren Sie von unseren Beratern oder in [unserer Broschüre](#).

Carlos Baptista | cb@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 21

„Chic Shoppen“ – Das Gutscheineft für die Damen in Deutschland!

Das Gutscheineft „Chic Shoppen“ wird als Paketbeilage bei Versendern und Online-Shops gestreut, deren Kunden überwiegend weiblich, trendbewusst und modisch sind. Da das Gutscheineft als Paketbeilage gestreut wird, ist sichergestellt, dass die Zielgruppe postkauf- und internetaffin ist, was sehr gute Responsewerte verspricht.



Das **Gutscheineft erscheint in zwei Auflagen zu 150.000 und 250.000 zum 01. Mai 2018** und ist ideal zur Bewerbung von Produkten und Dienstleistungen, die den Sommer über verstärkt benötigt werden: Sommer- und Urlaubsbekleidung, Sonnenbrillen, Pflanzen und Gartenbedarf, Reiseapotheke, Klimaanlage, Fahrräder, Reisen, Bücher, Fotoartikel und vieles mehr.

Zielgruppenprofil

- überwiegend weiblich
- Privatkunden
- Alter ab 25 Jahre
- kauffreudig, trendbewusst, modisch

Welche Marketingvorteile die Teilnahme am Gutschein hat und weitere Informationen dazu finden Sie auf unserem [FactSheet](#).

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

IT-Services

**Der Einzelhandel, ein hart umkämpfter Markt.
Wir bieten Ihnen die optimale Selektion Ihrer Zielgruppe!**

Sie eröffnen eine neue Filiale, laden ein zum Tag der offenen Tür oder möchten dem Kunden vor Ort ein neues Produkt vorstellen? Dann stehen meistens Fragen im Raum: Wer ist meine Zielgruppe? Wie und nach welchen Kriterien wähle ich meine Zielgruppe aus? Und wo treffe ich sie an? Gerade im stationären Einzelhandel spielt vor allem die Entfernung zum Standort dabei eine entscheidende Rolle, denn nicht jeder ist bereit eine Fahrtzeit von 45 Minuten für ein gratis Getränk auf sich zu nehmen.



Für letzteren Punkt bietet unser IT-Service Ihnen ab sofort eine attraktive Problemlösung. Wir berücksichtigen die mögliche Fahrtzeit Ihres Kunden zum Standort und legen in Abstimmung mit Ihren Wünschen die Vorgaben wie Fahrtzeit und Entfernung zur Ihrer Filiale fest. Der Service bietet sich nicht nur für Fremdadressen zur Neukundengewinnung an. Auch Ihre Bestandskunden können Sie gezielter anschreiben und bewerben.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, kontaktieren Sie uns jederzeit. Wir erstellen Ihnen gerne ein individuelles Angebot!

Interessiert? Dann klicken Sie [hier](#).

Alina Zündorf | az@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 203

Print + Mail

Werben mit Kalendern – Mit integrierten Gutscheinen zur Umsatzmaschine

Im digitalen Zeitalter scheint die Bedeutung der Kalender zu schwinden. Dabei wachsen die Umsätze der Kalenderhersteller seit Jahren und trotz der Digitalisierung mit kreativen neuen Produkten, denn sie bieten einen Vorteil, den kein digitales Medium bisher leisten kann: Sie bleiben immer sichtbar und das in der Regel an einem zentralen Ort im privaten oder geschäftlichen Umfeld.

Bieten Sie Ihren Kunden Anreize Ihre Webseite / Filiale regelmäßig zu besuchen. Sie können auf den einzelnen Kalenderblättern wöchentlich oder monatlich wechselnde Angebote einbauen, z. B. um saisonale Produkte und Aktionen zu bewerben oder Gewinnspiele zu veranstalten. Die Möglichkeiten sind grenzenlos und richtig umgesetzt wird der Kalender zu einer echten Umsatzmaschine.



Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#).

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

© 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](#)