

SDV – Die Medien AG ist Ihr Partner in der Welt der variablen Daten.

- Von Laserpersonalisierung bei Massenmailings bis hin zu individualisierten Produkten, die alle Möglichkeiten des flexiblen Digitaldrucks nutzen.
- Jahrelange Erfahrung im Handling von Daten bei anspruchsvollsten und komplexen Druckaufträgen.
- Umsetzen crossmedialer Kampagnen (Print, E-Mail und Web) aus einer Hand.
- Emotionale Kundenansprache durch fotorealistische Bildpersonalisierung mit unserer selbst entwickelten Software DirecType®.
- Bereitstellung personalisierter Bilder für Print-, Web- und Mobilfunkanwendungen.

Fordern Sie uns! Wir freuen uns auf Sie.



Die Medien AG.

Tharandter Straße 23–33

01159 Dresden

Telefon (0351) 42 03-0

Telefax (0351) 42 03-260

E-Mail service@sdv.de

www.sdv.de

Crossmediales Direktmarketing

Printworld der SDV – Die Medien AG

Melden Sie sich jetzt an:

Ihr Login

Harry

Ihr Passwort

Hirsch

Zur SDV-Printworld

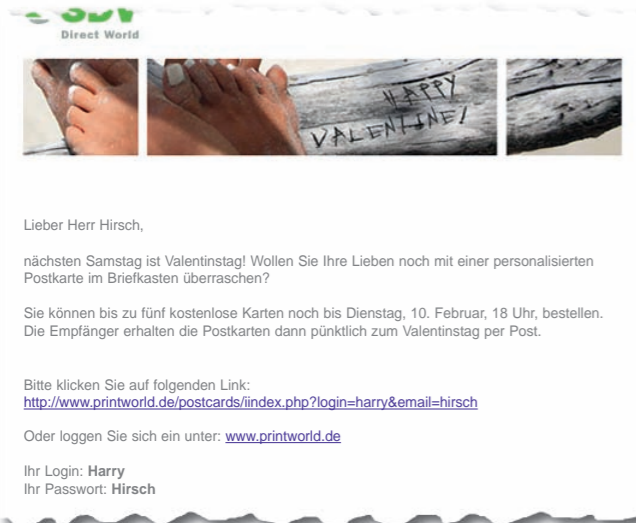


Eigenmailing: Postkarten zum Valentinstag



1

Maxicard-Mailing mit Einladung zur Printworld inkl. individueller Zugangsdaten.



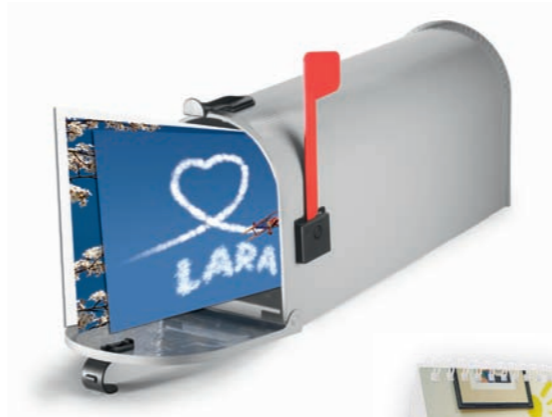
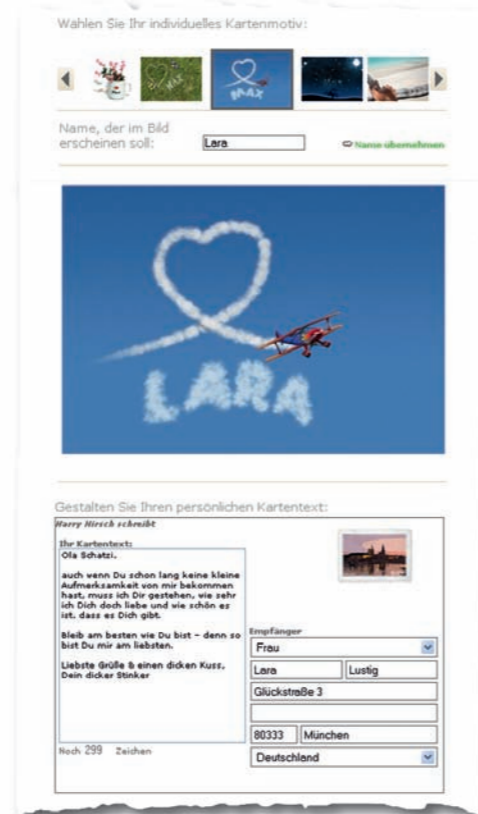
2

Erinnerungs-E-Mail kurz vor Ende der Aktion an diejenigen, die noch nicht bestellt haben.



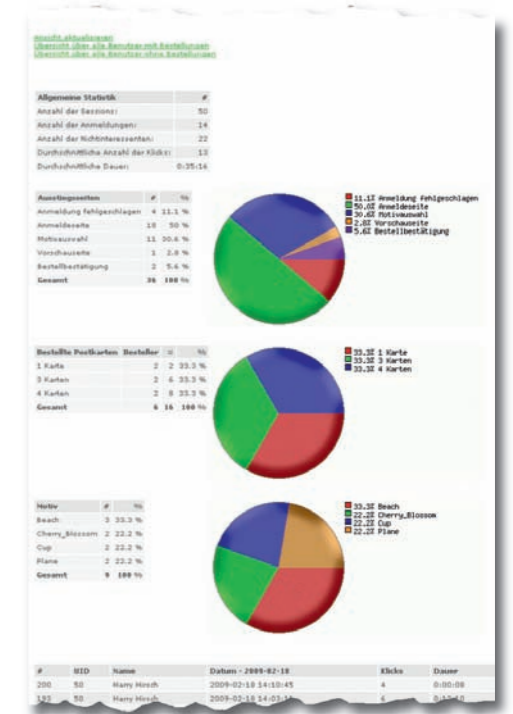
3

Printworld mit intuitiver Benutzeroberfläche: Login, Motivauswahl und Eingabe eines individuellen Kartentextes.



4

Automatisierter Workflow ermöglicht schnelle und unkomplizierte Produktion der Postkarten. Alternativ können z.B. auch Klappkarten, Selfmailer oder die Puzzlegard der SDV versendet werden.



Ergebnisse Eigenmailing zum Valentinstag:

- Response-Quote von 22 Prozent bei etwa 1.100 Empfängern.
- 36 Prozent haben die Maximalzahl von fünf Postkarten versendet.
- Durchschnittlich wurden 3,4 Karten bestellt.
- Sehr viele positive Einzelrückmeldungen.

5

Statistik-Tool ermöglicht genaue Response-Erfassung: Überblick über alle Bestelldaten mit grafischer Aufbereitung und Informationen zu einzelnen Accounts inkl. Datenexport-Funktionalität.

Crossmedia ...

... ist die Umsetzung von inhaltlich, formal und zeitlich integrierten Kommunikationsmaßnahmen mit einer durchgängigen Leitidee in verschiedenen für die Zielgruppe geeigneten Mediengattungen. Die Ansprache sollte vernetzt, interaktiv sowie – wenn möglich und sinnvoll – multisensorisch mit Hinweisen auf Zielmedien erfolgen und dem Kunden einen Nutzwert bieten. (Mahrdt, Niklas: *Crossmedia: Kampagnen erfolgreich planen und umsetzen. Wiesbaden. 2009*)

Printworld der SDV – Die Medien AG

Mit der Printworld bietet die SDV AG Marketingentscheidern ein Produkt, das als Bestandteil einer crossmedialen Kampagne flexibel einsetzbar ist. In Farbgebung und Layout wird das Online-Portal an das Corporate Design des Unternehmens angepasst. Und auch das Portal selbst ist in Aufbau und Angebot flexibel.

Kunden können mit einem individuellen Login eine definierte Anzahl Druckprodukte für Familie und Freunde bestellen. Mit einem Mailing und/oder einer E-Mail erhalten Kunden die Einladung sowie ihre Zugangsdaten. Die Printworld bietet die Möglichkeit, individualisierte Drucksachen wie Flyer, Post- oder Klappkarten an Bekannte zu versenden. Diese können zusätzlich Werbung für Produkte oder Aktionen beinhalten.

Vorteile einer Kampagne mit der Printworld:

- Die Botschaft kommt nicht von einem Unternehmen, sondern direkt von einem Freund.
- Der Empfänger hat einen emotionalen Bezug zum Druckprodukt
- Attraktives Motiv und persönlicher Text sorgen dafür, dass der Empfänger das Produkt aufhebt und häufiger anschaut.
- Unternehmen erreichen Neukunden auf effizientem Weg ohne teuren Adresskauf oder Streuverluste.