

DIALOGMARKETING BAHNT SICH MIT www.IndividualAds.com DEN WEG IN MASSENPRINTMEDIEN

www.IndividualAds.com aus Augsburg ermöglicht Verlagen und Werbetreibenden Printanzeigen auch in Großauflagen individuell in Text und Bild für jeden einzelnen Abonnenten anzupassen. Die Erstausgabe erscheint am 10. Februar 2011 in Kooperation mit der Fachzeitschrift Werben & Verkaufen (W&V).

Augsburg, 7.2.2011 – Der 22. Dialog Marketing Monitor der Deutschen Post belegt die starke Rolle des Dialogmarketings innerhalb des Werbemarktes. 77 Mrd. Euro beträgt das Werbevolumen der deutschen Wirtschaft, das zu fast zwei Drittel in Dialogmarketing fließt. Die Fortschritte rund um das Web 2.0 führen zu steigenden Dialogmarketing-Maßnahmen im Online-Bereich. Kundenorientierung, Online Targeting, Geotargeting, Affiliate-Marketing sind als Strategien etabliert. Grund dafür: Werbung erfolgt zielgenau, mit hohen Responseraten und messbar. Bisher ging der Anstieg der Werbeausgaben für online Dialogmarketing zu Lasten der Print-Massenmedien. Die Syntops GmbH überträgt mit www.IndividualAds.com diese Vorteile nun auf Massen-Printprodukte wie Magazine und Zeitungen und stellt diese erstmals als Geschäftsmodell für Verlage und Werbepartner zur Verfügung.

www.IndividualAds.com: jedes Magazin ein Unikat

Mit www.IndividualAds.com werden die Umschläge von Magazinen erstmals komplett in Inhalt, Bild und Text für den jeweiligen Abonnenten individualisiert und personalisiert. Werbung passt genau zum Leser und jedes einzelne Magazin ist ein Unikat. „Wir schaffen es damit, Dialogmarketing in Magazinen einzuführen – wie volladressierte Mailings bisher, nur in Massenpublikationen. Die Möglichkeiten, die online bereits erfolgreich etabliert sind, setzen wir für großauflagige Print-Publikationen um.“ sagt Gregor Dorsch, Geschäftsführer der Syntops GmbH.

Neue Formen des Dialogmarketing entstehen

Printanzeigen wurden in Magazinen bisher in großer Auflage und in jedem Exemplar identisch gedruckt. Jetzt lassen sich auf einem Umschlag mit www.individualAds.com Männer und Frauen unterschiedlich bewerben und Werbungen nur in ausgewählten Regionen und Straßen – bis auf die Hausnummer genau – schalten. Zusätzlich können Personalisierungen, wie Ansprache, Unique-Gutscheincode, der jeweilige Ansprechpartner vor Ort oder die nächstgelegene Filiale eingefügt werden. Neu ist auch, dass die Syntops Software jede beliebige Kombination dieser Kriterien vollautomatisiert berücksichtigt und beliebig definierte Teilaufgaben bis zur Auflagengröße Eins beworben werden können. „Wer möchte, kann sogar seiner Mutter im Abonnement ihrer Fernsehzeitung zum Geburtstag gratulieren“, erklärt Dorsch.

Für Werbekunden: hohe Response und günstiger Preis

Werbekunden profitieren einerseits von hohen Responseraten, wie sie im Dialogmarketing erreicht werden. Gleichzeitig sind Preismodelle möglich, die derzeit nur im Online-Marketing etabliert sind. Vorgesehen ist ein „Preis-Pro-Werbungsseite“, der mit der Anzahl der erreichten Abonnenten multipliziert wird. „Wir testen erstmals auch ein erfolgsabhängiges Cost-Per-Order (CPO) Bezahlmittelmodell für Werbung in Print“, so Dorsch. Das punktgenaue Bewerben einer beliebig gewählten Zielgruppe macht diese Werbeform preislich für kleine und mittelständische Unternehmen attraktiv, die derzeit nicht in Massenprintmedien mit hohen Auflagen werben.

Für Verlage: neue Einnahmen und Werbekunden

Das Geschäftsmodell www.IndividualAds.com bietet alle Prozessschritte an. Für einen Verlag ist die Umsetzung einfach: www.IndividualAds.com bereitet die Adressen und Inhalte auf, individualisiert, druckt die Umschläge digital, sorgt für Fallback-Möglichkeiten und stellt der Offset-Druckerei des Verlags die Umschläge zu.

Die Erstausgabe erscheint am 10.2.11 in dem Fachmagazin Werben & Verkaufen (W&V). „Wir erreichen neue Werbekunden aus den Bereichen Dialogmarketing und Online, die bisher nicht in unserem Magazin geworben hätten“, sagt Nicola Rosenthal, Verkaufsleiterin des Verlags Werben & Verkaufen.

Erstausgabe von www.IndividualAds.com in W&V am 10.2.2011

Mit der Erstausgabe im Fachmagazin W&V am 10.2.2011 dürfen sich alle W&V-Abonnenten auf ein auf sie abgestimmtes Unikat freuen. Weitere Schaltungen von www.individualAds.com erscheinen in einer Publikumszeitschrift, einem Wirtschaftsmagazin und einem Computermagazin ab März 2011.

Ansprechpartner:

Gregor E. Dorsch

Syntops GmbH, Augsburg

Email: grdorsch@syntops.de

Telefon: (+49) 0821 4554190



Individualisierte Cover-Werbung + Offset gedrucktes Magazin

Individualizing print products
syntops

Die Augsburger Syntops GmbH hat eine Software-Technologie entwickelt, mit der sich Massenpublikationen individualisieren lassen: vollautomatisiert, massenhaft, in Großauflagen und in kurzen Zeiten. Werbung, Magazine, Zeitungen, Newsletter,

Bedienungsanleitungen, etc., wurden bisher in großer Auflage identisch produziert und vermarktet. Heute ist mit Syntops jedes einzelne Dokument ein Unikat. Die Technik von Syntops ermöglicht das Geschäftsmodell „Mass-Customization“ in der Branche der Printmedien.

Mit renommierten Preisen ausgezeichnet sorgt Syntops als Marktführer international für die Zukunft „Print 2.0“ in der Werbe-, Verlags-, und Digitaldruckbranche. Dabei bietet Syntops über die Software hinaus, alle Services, Beratungsleistungen und Implementierungen zu individualisierten Printprodukten. www.syntops.de

Syntops GmbH
Werner-von-Siemens Str. 6
Aiti-Park - Gebäude 9
86159 Augsburg

www.IndividualAds.com
Kontakt: Hr. Dorsch
grdorsch@syntops.de
www.syntops.de

Geschäftsführer:
Gregor E. Dorsch
Dr. Michael F. Stangl
Tel: +49 821 455419-0

Amtsgericht Augsburg
HRB: 21886
St.Nr.: 103/137/90547
USt.Id: DE249147304