PRINT LOUNGE

lead print
web-to-print solutions

Erweiterung des Closed-Shop-Konzepts

Mailing-on-Demand-Modul ermöglicht flexibles Direktmarketing

Lead-Print bietet mit dem Mailing-on-Demand-Modul eine leistungsstarke Lösung, die personalisierte und volladressierte Mailings automatisch generiert. Das Modul ist eine Erweiterung des Web-to-Print-Systems Print-Lounge ein geschlossenes B2B-Portal für CI-konforme Druckprodukte. Damit können zum Beispiel Franchise-Unternehmen ihren Filialen die flexible Erstellung von Mailingaktionen ermöglichen.

Flexibel und benutzerfreundlich:

Wie funktioniert das Modul?

Personalisierung ist heute aus dem Marketing nicht mehr wegzudenken. Zu wichtig ist die individuelle Ansprache geworden, um Kunden zu begeistern. Doch personalisierte Werbung bedeutet für Unternehmen auch hohe manuelle Aufwände und kostet Zeit. Lead-Print hat ab sofort die Antwort auf dieses Problem parat:
Mit seinem innovativen Mailing-on-Demand-Modul, eine leistungsstarke Lösung,
die personalisierte und volladressierte Mailings automatisch generiert.

Das Modul ist eine Erweiterung des Web-to-Print-Systems PRINT LOUNGE aus der Lead-Print-Produktfamilie. Durch die Kombination aus PRINT LOUNGE, ein geschlossenes B2B-Portal für CI-konforme Druckprodukte, und dem Mailing-on-Demand-Modul wird es möglich, jedem Kunden schnell und einfach ein auf ihn zugeschnittenes Mailing zukommen zu lassen. Vor allem Franchise- und Lizenzunternehmen sowie Unternehmen mit Filialsystem erhöhen so ihre Marktpräsenz, betreiben effektives Direktmarketing und generieren so neue Umsatzpotenziale.

Es steht eine kurzfristige Aktionswerbung an? Oder sämtliche Außendienstmitarbeiter sollen im Stande sein, ihre jeweiligen Kunden in den verschiedenen Verkaufszonen gezielt ansprechen zu können?
Mit dem Mailing-on-Demand-Modul können Unternehmen Szenarien dieser Art problemlos meistern
– und das mit wenigen Klicks in wenigen Schritten.

lead print
web-to-print solutions

1. Die Mailing-Vorlage auswählen

Der Mitarbeiter loggt sich in das geschlossene Bestellportal für Druckprodukte ein und findet dort, neben Standard-Drucksachen wie Flyer oder Visitenkarten, verschiedene Mailing-Vorlagen für unterschiedliche Aktionen und Themen.

Diese Vorlagen hat die Marketingabteilung vorab erstellt und zur Verwendung hochgeladen. Der Mitarbeiter wählt nun aus den verschiedenen Vorlagen das passende Mailing aus – und erhält direkt zu Beginn eine Vorkalkulation für seine Kampagne.

2. Die Adressdaten eingeben

Der Mitarbeiter exportiert nun die entsprechende Kunden- oder Empfängerliste aus dem CRM-System des Unternehmens oder aus Excel und lädt diese zum Mailing hoch. Die Adressen fügt das Modul automatisch in die Vorlagen ein.

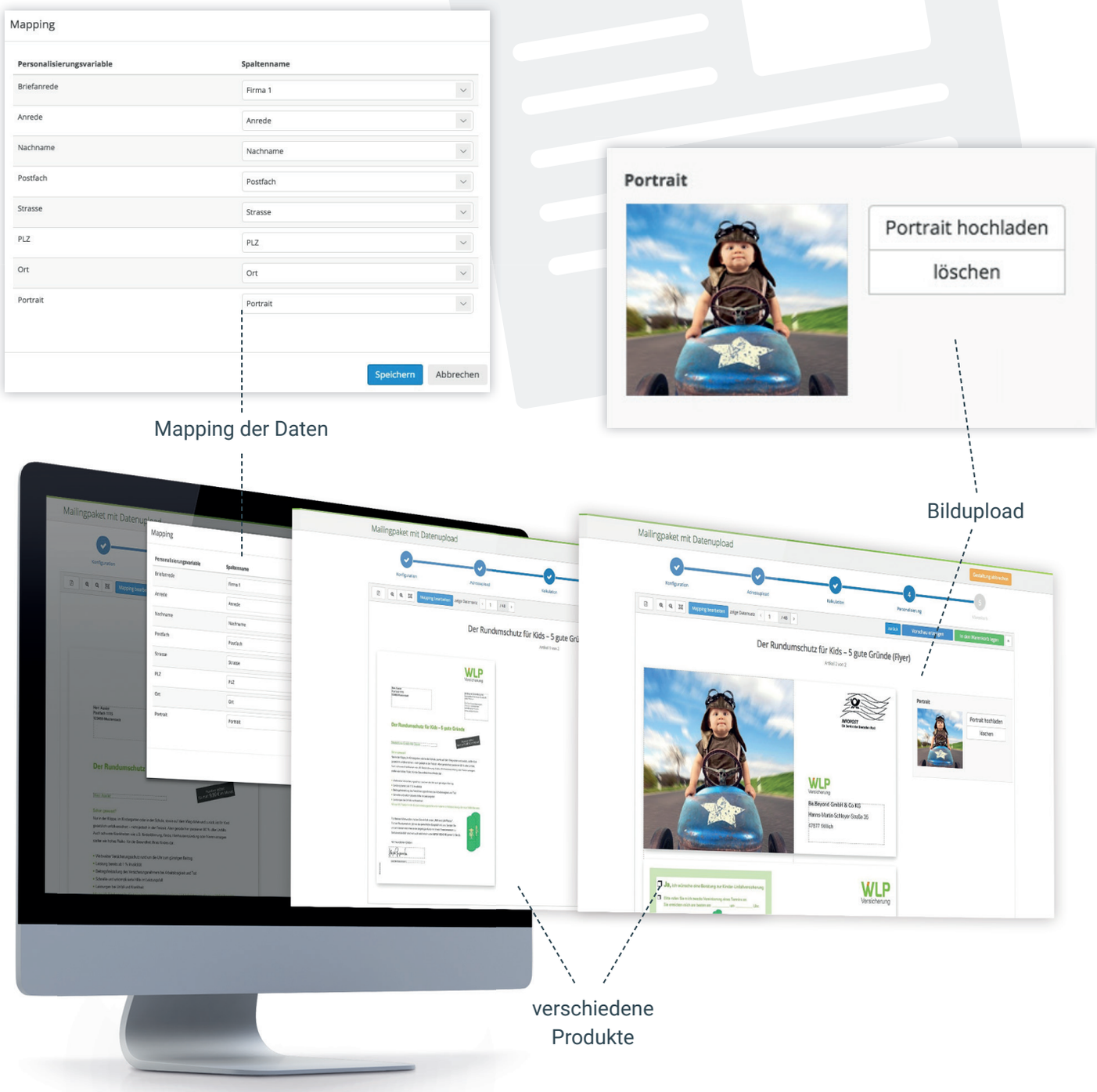
Bei diesem Vorgang stehen zwei Optionen zur Auswahl:
a) der jeweilige Nutzer kann die Adressdaten selber hochladen
b) die Adressen werden aus der vollständigen CRM-Liste des Unternehmens durch eine zentrale Stelle hochgeladen, sodass der jeweilige Nutzer nur Zugriff auf die ihm zugewiesenen Daten hat.

Das ist vor allem dann sinnvoll, wenn diverse Datenschutzrichtlinien zu beachten sind.

3. Das Mailing personalisieren

Das automatisch generierte Mailing steht nun für die Personalisierung bereit. Generell kann ein Mailing aus mehreren Teilen bestehen, zum Beispiel aus Anschreiben, Flyer und Rückantwortkarte. Die Personalisierung kann durch den Datenimport aus einer Excel- oder CSV-Datei, durch die Nutzung von Personalisierungselementen im Editor, durch manuelle Eingriffe oder durch eine Mischung aus allen drei Optionen erfolgen.

Gibt es einen speziellen Aktionszeitraum? Soll das Bild des Filialmitarbeiters oder dessen Unterschrift in das Mailing? Oder ist der Preis ein anderer? Der Mitarbeiter kann das Mailing nun für seinen speziellen Zweck anpassen. Dabei kann er sogar Bildelemente individualisieren. Hat ein Adressat eine Tochter? Dann kann er einfach das Bild eines kleinen Jungen zu dem Bild eines kleinen Mädchens ändern.



4. Das Mailing versenden

Das Mailing-on-Demand-Modul erzeugt nun eine PDF-Datei und leitet diese an den Druckdienstleister weiter, der die Mailings produziert, kuvertiert und an die Kunden verschickt.

Portooptimierung

Unternehmen können hier übrigens Porto sparen: Durch eine angebundenen **MAILOPTIMIZER** wird die Empfängerlistenach Upload der Adressdatei nach Postleitzahlen und Zonen sortiert und das Porto entsprechend berechnet. Dieses Zusatzfeature gibt es auch in Form eines monatlichen Mietmodells.

Deutsche Post

Über das Modul hinaus: Zusatzleistungen

Sollte der passende Druckdienstleister noch fehlen, bietet Be.Beyond auch hier Abhilfe. Der Web-to-Print-Marktführer arbeitet mit spezialisierten Partnerunternehmen zusammen und vermittelt bei Bedarf die geeignete Druckerei. Bei Interesse an dem Mailing-on-Demand-Modul und an den Zusatzfeatures bzw. -leistungen präsentiert Be.Beyond seine neue Lösung nach Anfrage in einem WebEx-Meeting.

lead print
web-to-print solutions

Hanns-Martin-Schleyer-Straße 35
47877 Willich
Deutschland

Tel.: +49 (0) 21 54 / 48 09-50

info@lead-print.com
www.lead-print.com

Lead-Print ist ein Produkt von
BE.BEYOND
WERKSTATT FÜR DIGITALE GESTALTUNG