

20 Prozent Response – ein Traumergebnis

12.03.2007, 10:19 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Opus Marketing GmbH*

Presseagentur: *Opus Marketing GmbH*

Bayreuth. Alltäglich begegnen wir, ohne es stetig wahrzunehmen, in allen Bereichen des Lebens Anzeigen-, Plakat-, Fernseh- und Rundfunkwerbung – Konsumenten stehen zwangsläufig in einer Kommunikation mit den Produzenten. Seit Mitte der neunziger Jahre ist ein neuer Werbeträger hinzugekommen: Das Internet. Riesige Zuwachsraten in der Web-Werbung führen zu immensem Interesse der Werbewirtschaft. Doch die fundamentale Prämisse für wie auch immer geartete Werbung besteht in der Forderung, dass sie auch wahrgenommen werden muss, um wirken zu können. Denn – hierin unterscheidet sich das Internet in nichts von anderen Werbeträgern – Zielgruppen sind immer schwerer zu erreichen, da sie aufgrund des Überflusses an Informationen in immer stärkeren Maße versuchen, sich den Werbebotschaften zu entziehen. Pop-Up-Blocker sowie Spam- und Mailfilter haben Hochkonjunktur.

Intelligenter Mediamix

Um dem aus dem Wege zu gehen, hat der kreative Leiter der Opus Marketing GmbH (www.opus-marketing.de), Josef Konrad, für das Hotel Hoeri am Bodensee (www.hoeri-am-bodensee.de) ein Mailing entwickelt, das auf intelligente Art und Weise ein klassisches Printmedium mit New Media-Werbung kombinierte: Zur Reaktivierung alter Kontakte in Deutschland und der Schweiz wurde eine personalisierte Postkarte versandt, die auf einen ebenfalls personalisierten Newsletterlink verwies. In der Bildsprache folgte die Form der Funktion, die eingesetzten Bilder wurden bewusst so gewählt, dass sie die Mailinginhalte und die Wiedererkennung des Absenders unterstützen und das ebenfalls von Opus entwickelte CI transportieren. Das Textteam der Agentur sorgte für einen Duktus, der die Seriosität der angebotenen Leistungen und die Bildsprache untermauert.

Response von 20 Prozent

Der Lohn der Arbeit: mit einem Response von 20 Prozent geriet das Businessmailing zu einem sensationellen Erfolg, der seinen Widerhall auch in der Response der Mailingadressaten fand: Konkrete Anfragen und Buchungen waren die Folge. Zudem bescheinigte eine Vielzahl von Kunden der Opus Marketing GmbH eine hochinnovative und überraschende Mailingkampagne, die neugierig auf mehr mache.

Auf den persönlichen Mehrwert achten

Als Marketing-Instrument durchläuft das Internet eine wechselvolle Geschichte. Die anfängliche Euphorie über das extrem günstige Kommunikationsmedium ging sehr schnell in der Spam-Flut unter. Inzwischen ist klar: Nur durch eine genaue Analyse der hinter einem Mailing stehenden Prozesse und gezielte Strategien zur Personalisierung lässt sich ein echter Mehrwert erzeugen, mit dessen Hilfe Internet-Kommunikation gewinnbringend im Marketing-Mix eingesetzt werden kann. Richtig angewandt ist die E-Mail das einzige One-To-One-Kommunikationsmedium, das seinen Empfänger sekundenschnell direkt und nahezu überall erreicht: Am Arbeitsplatz, am heimischen PC und sogar unterwegs auf PDAs und Notebooks. All dies berücksichtigend, konzipierte die Opus Marketing GmbH immer wieder innovative und überraschende Mailings für ihre Kunden.

Sie haben Fragen an uns? Wir sind gerne für Sie da.

Oliver Winklmüller

Public Relations

Opus Marketing GmbH

Am Pfaffenleck 10

95448 Bayreuth

Tel.: 0921-799 70 46

Fax: 0921-799 70 50

oliver.winklmueeller@opus-marketing.de
www.opus-marketing.de

Portrait

www.hoeri-am-bodensee.de - Das renommierte Vier-Sterne-Hotel Hoeri am Bodensee setzt Maßstäbe in den Bereichen Tagung, Konferenz und Event. Ausstattung und Service der Tagungsräume setzen Standards. Im neuen Babor Spa korrespondiert puristisches, japanisches Design mit asiatischen Treatments sowie klassischen Anwendungen auf einer Gesamtfläche von 160 Quadratmetern. Der Wellness-Bereich des Hoeri umfasst fünf Behandlungsräume mit erstklassiger Ausstattung sowie eine Luxus-Whirlwanne für Aromaölbäder.

News-ID: 124475 • Views: 2289 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/124475/20-Prozent-Response-ein-Traumergebnis.html>