

Werbemittel-Branche mag weiterhin Print

20.02.2015, 19:04 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *IGO-POST GmbH*



Die Orientierung bei und der Verkauf von Werbemitteln findet im Internet statt. Aber IGO-POST glaubt immer noch an die Bedeutung von Print im Marketing. Im Sommer 2014 wurde eine Extra-Broschüre verschickt. Der ROI dieser zusätzlichen Kampagne lag bei 400%. Grund genug, um in 2015 mehr Gewicht auf Print zu legen, natürlich in einer Omni Channel Herangehensweise.

“Ein ROI von 400% ist aussergewöhnlich hoch, besonders im Sommer. Die Hauptsaison für Werbemittel ist in der Herbstsaison. Dieser hohe ROI hat uns dazu bewegt, auch im Jahr 2015 Print-Kampagnen zu planen. Die erste Broschüre wurde Anfang Februar verschickt, in 14 verschiedene Länder.” sagt Ron Boer, der Geschäftsführer von IGO-POST.

Omni Channel ist die Basis

IGO-POST ist durch das Versenden von dicken Katalogen an interessante Adressen gewachsen. In den vergangenen Jahren hat sich die Kommunikation zum Markt stark gewandelt. "Es gibt einen stärkeren Fokus auf auf online Kommunikation, so wie die Webseite, AdWords, E-Mail-Marketing und soziale Netzwerke. Aber Print ist, unseres Erachtens, bestimmt nicht ausgestorben."

Geschäftsleute wissen, dass der Kunde entscheidet, wann und wie er mit ihnen in Kontakt tritt. Es liegt an jedem Unternehmen selbst sicherzustellen, dass alle Kanäle angemessen genutzt werden und dort jederzeit die richtigen Informationen bereitzustellen. "Wir schauen uns regelmässig alle Rückläufer an und korrigieren unsere Datenbank sofort. Kunden können natürlich auch angeben, keinen gedruckten Katalog zu wollen. Ein bestimmter Kunde kann natürlich mehr in online Kontakt interessiert sein als ein anderer und auch wir wollen natürlich nicht unnötig Kataloge versenden." sagt Rose-Anne van den Abeele, Managerin Deutschland.

Trends im Print

Die Trends im Print werden bei IGO-POST genau analysiert. In diesem Jahr beginnen wir das Personalisieren von Print-Werbung zu testen. Zusätzlich haben wir letztes Jahr in der Schweiz begonnen "eine Beule im Umschlag" zu testen. "Die Gruppe, die die Broschüre mit einem Geschenk erhalten hat, zeigte eine Verbesserung in der Antwort-Rate von nahezu 50% im Vergleich zu der Gruppe, die die Broschüre ohne Geschenk erhalten hat."

"Wir arbeiten weiter daran, Marketing-Kanäle zu testen und zu verbessern. Natürlich immer mit dem Ziel unseren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten." Rose-Anne van den Abeele, Managerin Deutschland.

Portrait

Über IGO-POST

IGO-POST glaubt daran, dass "The Experience of Giving" Beziehungen stärkt und dies für jeden möglich macht. Mit fast 70 Jahren Erfahrung ist IGO-POST ein Spezialist für bedruckte Werbemittel. Das internationale Unternehmen liefert in 13 Ländern und hat seinen Hauptsitz in Helmond in den Niederlanden.

News-ID: 840589 • Views: 212 (Stand: 16.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/840589/Werbemittel-Branche-mag-weiterhin-Print.html>