



Mehr als Drucken und Veredeln

VÖGELI AG Bereits mit dem Aufkommen des Internets hat sich die Vögeli AG, Marketingproduktion & Druck, mit Crossmedia auseinandergesetzt. Das Märchen von den langsamen Bernern ist Geschichte. Crossmedia ist Teil der Firmenstrategie und damit Teil des Weges in die Zukunft.

VON HEINZ URBEN

■ Die veränderten Kommunikationsbedürfnisse der Kunden wurden im Emmental früh wahrgenommen. Die Möglichkeiten, Printprodukte und -kampagnen mit digitalen Kanälen zu kombinieren, wurden vor mehr als 10 Jahren erkannt. Nun galt es, die bestehenden Stärken in Druck und Veredelung auf ein crossmediales Kommunikationsangebot auszuweiten.

Kundenbedürfnisse weisen den Weg

Der zunehmende Wettbewerb auf Anbieter- und Kundenseite fordert und fördert neue Kommunikationswege und -technologien. Kreativer Prozesse mussten entwickelt werden, um die Budgets effektiv einsetzen zu können. So entwickelte sich die Vögeli AG vom Druck- zum Kommunikationsdienstleister.

Die vtools

Vögeli stellt den Kunden mit den vtools unterschiedliche Plattformen für die Auftragsabwicklung, das Datenhandling, das Erstellen von Druckdaten und für die Durchführung sowie die Koordination hoch personalisierter Promotionskampagnen zur Verfügung.

«Campaigner» – die Vorteile und Möglichkeiten

- Punktgenaue Kommunikation dank breitesten Personalisierungsmöglichkeiten.
- Unzählige Segmentierungsmöglichkeiten der Empfänger.
- Überdurchschnittlich hohe Erfolgsraten bei Kampagnen dank gezielter Kundenansprache und einfachster Reaktionsmöglichkeit.
- Gebündelte Kommunikation und hohe Prozesssicherheit bei der Durchführung von Kampagnen.
- Minimaler Administrationsaufwand.
- Kontinuierliche Live-Auswertungsmöglichkeiten der Kampagne.
- Definierte und gesteuerte Realisation von Kampagnen.



Ob Print oder Digital, die Angebote sind genau auf die Kunden zugeschnitten (blau gestrichelte Elemente sind personalisiert).

Alle Interaktionen wie Rücklauf, Klickraten, Webseitenbesuche können im System erfasst und jederzeit online eingesehen werden. Die Erfolgskontrolle ist via Onlinezugriff jederzeit möglich. Die stän-

«Der zunehmende Wettbewerb auf Anbieter- und Kundenseite fordert und fördert neue Kommunikationswege- und Technologien.»

dige Verfügbarkeit der Kampagnendaten erleichtert Korrekturen oder, wenn nötig, das Auslösen von zusätzlichen Aktionen.

Personalisierung

Die Basis jeder personalisierten Ansprache sind hochwertige Kundendaten. Um den Prozess der Erstellung einer crossmedialen Kampagne zu vereinfachen und reproduzierbar zu gestalten, arbeitet Vögeli mit dem Tool «Cam-

paigner». Aus dieser Anwendung heraus erhalten Kunden oder Gäste eine Print-, SMS- oder E-Mail-Einladung zu ihrer personalisierten URL (PURL). Diese liefert Zusatznutzen wie vorausgefüllte An- und Abmeldungen, individuelle Anfahrtswege, Informationen über den Anlass und natürlich den alles entscheidenden Call-to-Action-Button.

Der Erfolg zeigt sich in der Praxis

Für den Automobilhersteller Toyota ging es darum, ein Leistungssteigerungspaket für die drei Modelle Hilux, Land Crusier und C-HR zu kommunizieren. So wurden Lenker- und Fahrzeugdaten in die Datenbank eingespeist. Auf diesen Angaben basierend konnte für jeden Kunden ein individuelles Mailing mit folgenden personalisierten Elementen erstellt werden:

- Fahrzeugabbildung in der Wagenfarbe des Kunden.
- Leistungswerte des Kundenfahrzeugs.
- Individueller Preis des Paketes.
- Persönliche Internetadresse (PURL).



«Die eingesetzten Mittel, zeitlich wie finanziell, sollen den grösstmöglichen Erfolg generieren», sagt Mike Wachter, Kundenberater bei der Vögeli AG.

- Personalisierter QR-Code.
- Adresse der Kundengarage.

Damit wurde es den Angeschriebenen leicht gemacht, auf den von ihnen favorisierten Kanälen schnell zu reagieren. Die Rücklaufquoten waren ein voller Erfolg. Trotz automatisierter Abläufe ist der Kontakt mit den Fachleuten von Vögeli unabdingbar. Erfolgreiche Projekte werden oft im persönlichen Gespräch geboren. Es liegt dann in der Hand aller Beteiligten, dass aus einer Idee eine gewinnbringende Lösung entsteht. ■