

Pressemitteilung

## **Von Zuckerberg bis Gutenberg: Print vollintegriert in Marketing-Automation für den kanalübergreifenden Kundendialog**

### **Eversfrank und DYMATRIX schließen Lücke in der Multi-Channel Kommunikation**

Stuttgart/Hamburg, 22.09.2016 – Der bevorzugte Channel im Bereich Marketing Automation ist nach wie vor E-Mail. Erst mit einigem Abstand kommen die neueren Channels Social Media und Mobile Apps. Eben alles, was vermeintlich leicht digitalisiert und One-to-One personalisiert werden kann. Doch zu einer umfassenden Multi-Channel Kommunikation gehört mehr. Print fällt gerade im Zuckerberg-Zeitalter eine völlig neue Rolle zu. Aus Gutenbergs Medium wird ein digital ausgesteuerter Push-Werbeträger, der vollautomatisch On-Demand aktiviert wird. Wie das geht, zeigen Eversfrank und DYMATRIX am 14. und 15. September 2016 auf der dmexco in Köln am Stand bei der Performance Interactive Alliance.

Print hat drei Vorzüge, die den Online- und Mobile-Medien fehlen: Volladressierte individuelle Printwerbemittel bedürfen keiner Permission, um zugestellt zu werden. Ein Mailing fällt heutzutage im Briefkasten mehr auf als eine E-Mail in überquellenden elektronischen Mailboxen. Bedrucktes Papier wird intensiver gelesen als die blinkenden Screens der Wisch- und Wegmedien. Trotz dieser Vorzüge blieb der Print-Channel bisher oftmals außen vor und wurde selten in die Regelkommunikation moderner Predictive-Analytics-Systeme eingebunden.

Die Eversfrank Gruppe komplettiert nun den ganzheitlichen Multi-Channel Kommunikationsansatz von DYMATRIX, der eine vollintegrierte Vorgehensweise beim Pushmarketing auf allen Kanälen ermöglicht: Online, Mobile – und eben auch Print. Das ganze aufeinander abgestimmt und aufeinander aufbauend.

Dazu DYMATRIX Geschäftsführer Stefan Oertel: „Print war schon immer ein Kanal, den wir über unser Cross-Channel Kampagnenmanagement-Tool DynaCampaign ansteuern konnten. Doch so, wie wir bereits 2015 den Touchpoint Mobile für unsere Kunden auf völlig neue Art und Weise erschlossen haben, so tun wir dies nun auch gemeinsam mit Eversfrank im Bereich Print. DynaCampaign entscheidet dabei je nach Kundenprofil und Kaufhistorie, zu welchem Zeitpunkt eine bestimmte Zielperson mit welchen Inhalten über welche Kanäle kontaktiert wird und dadurch können jetzt auch Printmedien in der Regel-Kommunikation automatisiert und individualisiert erstellt werden.“

Gerhard Märterer, Leiter One-to-One Marketing Services bei Eversfrank zählt die Möglichkeiten auf: „Mal wird eine personalisierte E-Mail ausgesendet, mal eine personalisierte Postkarte, mal eine Push Notification für eine App, mal ein postalischer Selfmailer oder ein gedruckter One-to-One Minikatalog. Und zu Goldenen Momenten wie Geburtstag, Namenstag oder Silvester können es auch besondere, mit Bildpersonalisierung angereicherte Grußkarten mit Einkaufsgutschein sein.“

Die Just-in-Time-Aussteuerung des Print-Channels erfolgt in der neuen Digitaldruckfabrik von Eversfrank in Preetz bei Kiel. Mit einer redundant aufgebauten, vollautomatischen Rollendigitaldruck-Strecke samt kameragesteuerter Schneide-, Binde- und Kuvertieranlage druckt Eversfrank seit 2015 täglich hochpersonalisierte FTI-Reisebooklets sowie Bonprix-Postkarten zum postalischen Retargeting von Warenkorb-Abbrechern. „Unsere Daily-On-Demand-Digitaldruckfabrik“, so Joachim Glowalla, Geschäftsführer Vertrieb in Preetz, „übernimmt in einem automatischen Data- und Workflow aus DynaCampaign sämtliche Zielgruppeninformationen, die für eine Personalisierung benötigt werden, führt die Portooptimierung durch, schreibt hochpersonalisierte PDFs, druckt sowie verarbeitet diese und besorgt die postalische Auflieferung.“

Im Express-Modus dauert es keine sechs Stunden bis aus DYMATRIX-Listen versandfertige, hochpersonalisierte Drucksachen entstehen. So sorgt Eversfrank zusammen mit der Post

dafür, dass zum Beispiel Postkarten für Warenkorbabbrecher binnen 48 Stunden im Briefkasten landen.

Die Conversion-Raten der „Drookies“, wie Eversfrank diese mit personalisierten Responsetrackern ausgestatteten Drucksachen nennt, sind um ein Vielfaches höher als beim Retargeting via E-Mail oder Programmatic Ads. Der ROMI (Return on Marketing Invest) stellt sich schnell ein. Postalische Direktmailings kosten inklusive Papier, Produktion und Porto oft weniger als ein Zehntel eines hochgesteigerten Search-Engine-Keywords. Dank der hohen Relevanz und Zielgenauigkeit aus den Predictive Analytics Berechnungen sowie dem Cross-Channel Kampagnenmanagementsystem DynaCampaign sind sie hochwirksam.

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.518

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über ein Belegexemplar

## Über DYMATRIX

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist einer der führenden deutschen Lösungsanbieter für die Themen **Customer Analytics**, **Marketing Automation** und **Kampagnenmanagement**. Der Fokus liegt dabei auf dem Auf- und Ausbau von Kundenwissen als Basis für erfolgreiche Unternehmenssteuerung und effizientes Marketing. Die Analytiker der DYMATRIX verfügen über branchenübergreifendes Know-how aus über 1000 Projekten im Mittelstand und bei DAX-notierten Großunternehmen, bei Spezialanbietern sowie Marktführern.

Die Softwarelösungen basieren auf den jahrelangen Erfahrungen der DYMATRIX. Mit diesen Lösungen können Unternehmen ihre Kunden/Interessenten mit individualisierten Angeboten kanalübergreifend ansprechen. Sie können dadurch passende und inhaltlich relevante Botschaften und Angebote zum passenden Zeitpunkt, und damit auch in Echtzeit, über alle In- und Outbound-Kanäle anbieten. Basis bildet die integrierte Web- und Kundenanalyse, welche auf dem **historischen und gegenwärtigen Kundenverhalten** aufbaut.

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist seit August 2014 Teil der PI/A Performance Interactive Alliance, einer der führenden Unternehmensgruppen für Digital Strategy,

Marketing und Analytics Automation sowie Services.

Mehr Informationen unter [www.dymatrix.de](http://www.dymatrix.de)

Pressekontakt:

Franziska Pöhlmann

Telefon: +49 711 22 007 88-69

Telefax: +49 711 22 007 88-88

E-Mail: [f.poehlmann@dymatrix.de](mailto:f.poehlmann@dymatrix.de)

Über Eversfrank Gruppe

Die Eversfrank Gruppe als international agierendes Medienunternehmen beschäftigt rund 1.200 Mitarbeiter an zehn Standorten. Mit einem Umsatz von 300 Millionen Euro ist die Gruppe ein innovativer Partner in den Bereichen Druck, Medien und Umwelt. Im Bereich Druck bieten die Standorte Meldorf, Preetz, Alzey, Neumünster und Berlin Digitaldruck, Heatset- und Coldset-Offset-Rollendruck, Offset-Bogendruck mit hohem Inline-Veredelungsgrad und eine hohe Weiterverarbeitungskompetenz.

Im Bereich Medien gehört zur Unternehmensgruppe die ppi Media als weltweit agierender Software-Spezialist, der seit über 25 Jahren Workflow-Lösungen für die Verlags- und Druckindustrie entwickelt, vertreibt und installiert. Auch die comosoft GmbH, welche zu den führenden Anbietern von PIM-, Content-Management- und Database-Publishing-Systemen zählt, ist an Bord. Im Umweltbereich ergänzt das forstwirtschaftliche Unternehmen Evers-ReForest® die Unternehmensgruppe. Durch Erstaufforstung von Laubmischwäldern werden Treibhausgase, die im Produktionsprozess entstehen, kompensiert.

Mehr Informationen unter [www.eversfrank.com](http://www.eversfrank.com)

Pressekontakt:

Sabine Höhnke

Telefon: +49 4832 608-455

Mobil: +49 160 3653842

[sabine.hoehnke@eversfrank.com](mailto:sabine.hoehnke@eversfrank.com)

Eversfrank Gruppe, Ernst-Günter-Albers-Str., 25704 Meldorf