



Offline pusht Online mit Programmatic Printing!

Sehr geehrte Damen und Herren,

Programmatic Printing ist in aller Munde und gilt gerade als die Wunderwaffe für das Customer Relationship Management. Als die Offline-Spezialisten, die wir nun mal seit mehr als 20 Jahren sind, sehen auch wir darin enormes Potential für Ihre Kundenbindung und -entwicklung und möchten Ihnen daher in unserem heutigen Ticker einen kurzen Einblick in das Thema geben und Sie animieren, mit uns hierzu in den Dialog zu treten.

Die Individualisierung von Directmails ist das eine, aber auch die Qualität der Daten entscheidet über den Erfolg einer Mailingkampagne. Passend zu Thema finden Sie deshalb auch eine Checkliste mit 12 Arbeitsschritten zum perfekten Mailbestand in unserem Ticker.

Auch für Ihre Neukundengewinnung halten wir einige Ideen bereit: Speziell für die Fundraiser stellen wir eine Adressliste mit spendenaffinen Titelträgern vor. Für das B2B Marketing zeigen wir die vielen Vorteile einer Metadatenbank auf und für Unternehmen, die die Zielgruppe der Bestager adressieren halten wir noch einen Platz auf einem Gutscheindurchhefter in *Apotheke für mich* bereit.

Wir freuen uns außerdem, dass unser Gutscheineheft APO+ mit so vielen tollen Partnern nun in der Streuung ist. Wer alles dabei ist und wie Sie das nächste Mal auch dabei sein können, erfahren Sie ebenfalls hier. Des Weiteren freuen wir uns über eine neue Kollegin im Fachbereich Beilagenmarketing, die sich Ihnen heute abschließend auch kurz vorstellt.

Es gibt jede Menge zu Lesen, viel Spaß dabei und herzliche Grüße

Ihre

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Kuhlendahl', is positioned above the printed name.

Jeannette Kuhlendahl

Unsere aktuellen Themen

Gutscheinheft APO+ Ausgabe 1/2021 ist in der Verteilung

Fundraiser aufgepasst! Wir haben sie – die Adressenliste mit spendenaffinen Titelträgern!

Werbepartner für Gutscheindurchhefter im Kundenmagazin *Apotheke für mich* gesucht

Mehr Marketingpower durch die Verbindung mehrerer B2B Datenbanken

Ein Baustein für Ihren Kampagnenerfolg: Optimale Aufbereitung des Mailbestands

Programmatik Printing - Mehr Profit durch individuelle Werbung

Unsere neue Kollegin Eljesa Halimi

Zielgruppen

In der Verteilung: Erleben Sie eine bunte Gutschein-Vielfalt in der Ausgabe 01/2021 unseres etablierten Gutscheinheftes APO+!

Seit KW 20 befindet sich die Ausgabe 01/2021 unseres erfolgreichen Gutscheinheftes APO+ in der Verteilung. Über die ausgehenden Warensendungen der Versandapotheken Aliva, eurapon, mediherz, medikamente-per-klick.de und Sanicare werden wieder insgesamt 1 Mio. Exemplare an eine kaufkräftige, vielinteressierte Zielgruppe gestreut.



Wir freuen uns sehr, dass wir auch dieses Mal große Marken mit an Bord haben und den Apothekenkunden somit eine bunte Vielfalt spannender Gutscheine in gewohnter Qualität bieten können. Mit von der Partie sind **Kernschmelze, ebrosia, Ulla Popken, Parfumdreams, freundin, STERN, etepetete, mymuesli, Pixum, Gerry Weber, Buy-ern, CityChair, Schiesser, Emma Matratzen, Fresco, Sir Rowland Hill, Funkuhr, SuperTV, Brille24, Kernenergie, ERGO Direkt und SportScheck.**

Möchten auch Sie Partner im nächsten APO+ Gutscheinheft werden? Dann sichern Sie sich noch heute einen branchenexklusiven Anzeigenplatz in der Herbstausgabe!

[Mediadaten APO+](#)
[Mediadaten APO+ Pharma](#)

Fundraiser aufgepasst! Wir haben sie – die Adressliste mit spendenaffinen Titelträgern



Viele Fundraiser stecken jetzt mitten in den Planungen für die Weihnachtskampagnen in diesem Jahr. Geht es Ihnen dabei auch so: Sie fragen sich, ob es nicht noch die *eine* Adressliste auf dem Markt gibt, die Sie noch nicht im Einsatz hatten? Eine Liste, die möglichst viele Erfolgchancen auf Neuspender mit hoher Spendenaffinität

bietet?

Wir haben sie – die Adressen der **TopTitelträger** mit dem für Sie unverzichtbaren Merkmal der Spendenaffinität.

Für mehr Informationen lesen Sie [hier](#).

Alina Zündorf | az@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 203

Partnersuche

Werbepartner für Gutscheindurchhefter im Kundenmagazin *Apotheke für mich* gesucht

In unserer neuen Rubrik „Partnersuche“ bringen wir Unternehmen zusammen und realisieren gemeinsam reichweitenstarke Verbundwerbung in Form von Beiheftern, Beilagen und Mailings, die wir mit großen Marken und Medien an unterschiedliche Zielgruppen verteilen.



So gewinnen Sie mit moderner Verbundwerbung Neukunden auch offline extrem wirtschaftlich, indem Sie die Kosten mit einem Werbepartner teilen.

Ganz konkret bieten wir derzeit einen **Gutscheindurchhefter im Magazin Apotheke für mich** an. Sie teilen den Gutscheindurchhefter mit einem Partner aus dem Bereich Food. Realisiert werden soll ein **Beihefter im DIN-Lang-Format**. Für die Präsentation Ihres Produktes bzw. Ihrer Dienstleistung stehen Ihnen **eine Vorder- und eine Rückseite** zur Verfügung.

Mögliche Erscheinungstermine ab September 2021.

Ein konkretes Angebot oder auch Muster erhalten Sie auf Anfrage.

Ein Titelportrait des Magazins mit Zielgruppenprofil und weiteren Informationen finden Sie [hier](#).

Jeannette Kuhlendahl | js@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 24

B2B Marketing

Mehr Marketingpower durch die Verbindung mehrerer B2B Datenbanken



Sie nutzen bereits eine B2B Datenbank und denken „da geht noch mehr“? Oder Sie setzen bereits mehrere B2B Datenbanken ein und können aufgrund der Überschneidungen nur schwer Potenzialplanungen vornehmen? Vielleicht nutzen Sie auch unterschiedliche Scorecards zur optimierten Selektion und möchten diese auf das gesamte

verfügbare Potenzial anwenden?

Wie Sie diese Hürden beseitigen und den Prozess verschlanken lesen Sie [hier](#).

Julia Koroğlu-Bott | jb@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 202

IT-Services

Ein Baustein für Ihren Kampagnenerfolg: Optimale Aufbereitung des Mailbestands

Postalische Werbekampagnen sind für viele Unternehmen ein wichtiger Bestandteil der Kundenkommunikation und der Neukundengewinnung. Sie sind aber auch kostenintensiv, deshalb sind passgenaue Selektionen und eine hohe Erreichbarkeit der Adressaten neben der richtigen Ansprache für den Erfolg entscheidend. Von



der Anlieferung bis zum perfekten Mailbestand sind es einige Arbeitsschritte, die wir mit Fachkenntnis, Spezialsoftware, automatisierten Prozessen und prüfendem Fachblick für Sie übernehmen.

Informationen über die 12 Arbeitsschritte zum perfekten Mailbestand finden Sie [hier](#).

Print + Mail

Programmatic Printing - Mehr Profit durch Individuelle Werbung



Wie optimieren Sie die Effizienz Ihrer Dialogmarketing-Printkampagne und erzielen 2-stellige Umsatzsteigerungen? Wie planen Sie in noch kürzerer Zeit wirksame Mailings und Kataloge und senken gleichzeitig die Kosten?

Programmatic Printing verbindet präzises Real-Time Targeting, wie man es aus dem Onlinemarketing seit Jahren kennt, mit den Vorteilen eines physischen Werbemittels: Aufmerksamkeit, Glaubwürdigkeit, Multisensorik und Emotionalität. Statt der oft gesehenen Adressierung können Sie vollindividualisierte Werbemittel produzieren, die begeistern und vor allem wirken!

Und die Zahlen sprechen für sich: 64 % bevorzugen Printwerbung statt E-Mails, um nach nützlichen Informationen zu suchen. Print-Werbung führt außerdem zu einer 70 % höheren Werbeerinnerung gegenüber digitalen Anzeigen.*

Wie Programmatic Printing funktioniert und welche starken Vorteile es für Sie bietet, erfahren Sie [hier](#).

*Der Kunde im Fokus – Mehr Profit durch individuelle Print-Kommunikation, HP Virtual Training, März 2021

In eigener Sache

Unsere neue Kollegin Eljesa Halimi

Was mache ich bei Dialoghaus?

Ich bin seit Anfang Juni bei Dialoghaus am Standort Hamburg als Junior Consultant im Fachbereich Beilagenmarketing tätig.

In dieser Funktion bin ich für den reibungslosen Kampagnenablauf unserer Beilagenkunden zuständig, erledige die gesamte Auftragsabwicklung und überwache die Prozesse und Termine.

Auch die Erstellung von neuen Angeboten über die verschiedenen Beilagenformen, die Recherche für die Freigabe und die Preisverhandlungen zählen zu meinen Aufgaben.



Was habe ich vor Dialoghaus gemacht?

Im August 2020 habe ich meine Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement erfolgreich abgeschlossen. In meinem Ausbildungsbetrieb habe ich meine Leidenschaft für das Marketing und den Vertrieb entdeckt und wurde nach meiner Ausbildung in den Vertrieb von Taxiwerbung übernommen. Hier konnte ich wertvolle Erfahrungen vor allem im Außendienst sammeln, die ich nun gerne in das Dialoghaus Team einbringe.

Was mache ich privat gerne?

Ich habe 15 Jahre lang aktiv Fußball gespielt und interessiere mich heute immer noch sehr für den Fußball. Meine Freizeit verbringe ich am liebsten mit meiner Familie und mit meinen Freunden.

Eljesa Halimi | eh@dialoghaus.com | 040 / 46 88 58 - 21

© Dialoghaus GmbH, Langenfeld.
Alle Rechte vorbehalten.

Impressum

Dialoghaus GmbH

Hardt 22 • D-40764 Langenfeld • T 0 21 73 / 84 83- 0 • F 0 21 73 / 84 83 -222

Borsteler Chaussee 111 • D-22453 Hamburg • T 040 / 46 88 58 - 0 / • F 040 / 46 88 58 - 25

Geschäftsführer: Jeannette Kuhlendahl, Dipl.-Geogr. Juliane Jung

Amtsgericht Düsseldorf, HRB 36523

info@dialoghaus.com - www.dialoghaus.com

Sie erhalten diesen Newsletter, weil Sie den Dialoghaus Newsletter abonniert haben, oder weil wir Sie in unserer Datenbank als Kunde, Interessent oder Partner von Dialoghaus führen. Wenn Sie diesen Service nicht mehr beanspruchen möchten, können Sie uns eine Nachricht schicken, und Ihre E-Mail Adresse wird umgehend aus unserem E-Mail Verteiler gelöscht.

Newsletter abmelden