

Hyper-Personalisierung und Cross-Channel Optimierung durch Programmatic Printing

Plattform-Technologie und Marketing-Automation nimmt einen immer stärkeren Stellenwert im Digital-Marketing ein, erst dieses Jahr wurden auch DooH und Adressable TV mit programmatischen Plattformen besetzt. Inventar und Werbefläche wird zwischenzeitlich mit mehr als **64%** der Spendings durch Programmatic Buying eingekauft.

Programmatic Printing schließt eine weitere Lücke und ermöglicht den datengetriebenen **Schulterschluss von Offline und Online** im und durch das Digitaldruckverfahren. Daten aus unterschiedlichen Quellen, die bislang dem Digital-Bereich zur Nutzung vorbehalten waren, können nunmehr auch im Printkanal verarbeitet, genutzt und zeitnah verwertet werden.

Return on Advertising Spend (RoAS) von **990 %**.

25 % höhere CVR bei Werbebriefen*

14% Kosten-Umsatz-Relation im Retargeting*



EFFIZIENT

Individualisierung und Personalisierung ermöglichen die gezielte Aussteuerung und Kundenansprache um Streuverluste einzuschränken und Werbebudget effektiv zu nutzen.



INDIVIDUELL

Machen Sie mehr aus Ihren Daten und erweitern Sie das One-to-One Marketing. Ob Bildpersonalisierung, Einbindung von Segmenten, demografischen- oder CRM/DMP- Daten, je individueller die Ansprache umso höher der ROI.



KREATIV

Ob Aktivierungen, Upsell oder Kundenbindungsmaßnahmen, mit Programmatic Printing lassen sich kreative Kampagnen auf den Printkanal und Cross-Channel Journeys erweitern.

Vermeidung von Streuverlusten Steigerung der Nachhaltigkeit



Print-Mailings haben einen sehr gut messbaren Impact, der mit einer Customer Journey im rein digitalen Umfeld verglichen werden kann, wenn diese etwa durch Gutscheincodes oder dem Besuch auf einer digitalen Landezone verfolgt wird. Sie bieten auch einen entscheidenden Vorteil gegenüber virtuellen Impressions: In den meisten Fällen verfügen sie über ein längeres ‚Awareness Window‘ – das Werbemittel liegt eine Zeitlang im Blickfeld und Zugriff des Konsumenten.

Martin Hubert GF Performance-Marketing-Agentur Performics.

