

Lead-Management am Beispiels der Responsequoten eines Automobilkonzerns.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
<ul style="list-style-type: none">▪ Responsequoten auf klassische Direct Mailings sinken stetig▪ Notwendigkeit eines übergreifenden Themas/ Lösung für die gesamte Baureihe▪ Nutzung eines innovativen Produkts zur Steigerung der Responsequoten▪ Qualifizierung von eingekauften Fremdadressen und Überführung in den Handel	<ul style="list-style-type: none">▪ Generierung von Hot Leads▪ Überführung der Interessenten ohne direkte Kaufabsicht ins Interessenten-betreuungsprogramm▪ Erhöhte Konversion von Interessenten in Kunden▪ Genaues Tracking des Userverhaltens	<ul style="list-style-type: none">▪ Versendung einer DVD zur persönlichen und individuellen Ansprache (zur Erhöhung der Relevanz) von 200.000 Fremdadressen▪ eBridge: erste und (bisher) einzige personalisierte und individualisierte DVD der Welt▪ Jede Disc ist mit einem eindeutigen Code versehen, der unterschiedliche Inhalte für verschiedene Zielgruppen ermöglicht	<ul style="list-style-type: none">▪ 100% Tracking des Verhaltens des Users (bei bestehender Onlineverbindung)▪ Signifikante Erhöhung der Responsequote▪ Steigerung der Erinnerungswerte▪ Mehrfachnutzung der DVD▪ Erhöhung der Kaufabschlüsse in dem Produktsegment

