



Case Study

Digitalprodukte erfolgreich vermarkten

dialogplus vermarktet für Verlagskunden erfolgreich digitale Objekte. Durch innovative Kampagnen für digitale Abonnements konnten mehrere tausend neue Kunden gewonnen werden.

Neben der Gewinnung neuer Kunden ist die Bindung bestehender Kunden ein zentrales Ziel. Abonnenten mit Print- und Digitalprodukten erreichen einen signifikant höheren Customer Lifetime Value.

Auf einen Blick

- Gewinnung von Neukunden und Upgrades im vierstelligen Bereich
- Nachweisbare Steigerung des Customer Lifetime Value
- Smarte IT-Lösungen für E-Shop, CRM-Integration und Auslieferungsplattformen
- Erschließung neuer digitaler Vertriebskanäle durch Social Media Marketing
- Marketing Automation
- Mobile first – Erweiterung des Produktnutzens

BurdaDirect

„Selbstverständlich müssen wir unsere Print-Abo-Kunden hegen und pflegen, aber gleichzeitig auch lernen, dass wir auf neuen Wegen Kunden gewinnen müssen. Es gilt, neue Wachstumsmärkte zu erschließen.“

Michael Rohowski, Geschäftsführer, BurdaDirect

Concept

Digitale Produkte erfordern eine smarte Anbindung der Abo-Shop-Umgebung an alle relevanten externen Plattformen und die Integration in die interne CRM-Struktur mit automatisierten Prozessen. Ebenso muss eine sichere und stabile Auslieferungsplattform unter Einbeziehung der BMD-Kunden eingerichtet werden.

Für die Abo-Akquise eröffnen sich Chancen durch maßgeschneiderte crossmediale Kampagnenkonzepte für Apps und E-Paper als reines Digital-Abo und in Kombination mit Print.

dialogplus

Eine **BurdaDirect** Marke

Burda Direct GmbH

Hubert-Burda-Platz 2

77652 Offenburg

Phone +49 781 84-6361

dialogplus@burda.com

www.burdadirect.com

Output

Für den FOCUS Magazin Verlag konnten wir ein innovatives Tablet-Bundling-Modell mit monatlicher Ratenzahlung verwirklichen. Mit diesem Modell waren FOCUS und *dialogplus* first mover im deutschen Zeitschriftenmarkt.

Über vollautomatisierte Nachbearbeitung von mehrstufigen Kampagnen per E-Mail können digitale Probehefte in großem Umfang in wirtschaftliche Abonnements gewandelt werden. Über Facebook Custom Audience erweitert sich das Potenzial signifikant.

Die direkte Gewinnung von Kombi-Abonnements (Print und Digital) sowie das Upgrade auf die Digitalversion des jeweiligen Print-Titels hat zu einer Verlängerung der durchschnittlichen Customer Lifetime um bis zu 40 Prozent geführt. Zusätzlich konnte der Kundenwert durch Zusatzerlöse von durchschnittlich zehn Prozent für unsere Auftraggeber gesteigert werden.