

Marketingportal der Fördergemeinschaft Gutes Hören (FGH)

Pünktlich zum 59. Internationalen Hörgeräteakustiker-Kongress launchte der Systementwickler dataroom das neue Web-to-Print-Marketingportal für die Fördergemeinschaft Gutes Hören (FGH). Mithilfe dieses Onlineportals können alle Partnerakustiker der FGH zahlreiche Werbemittel für den eigenen Betrieb individualisieren und direkt bestellen.



über die Fördergemeinschaft Gutes Hören

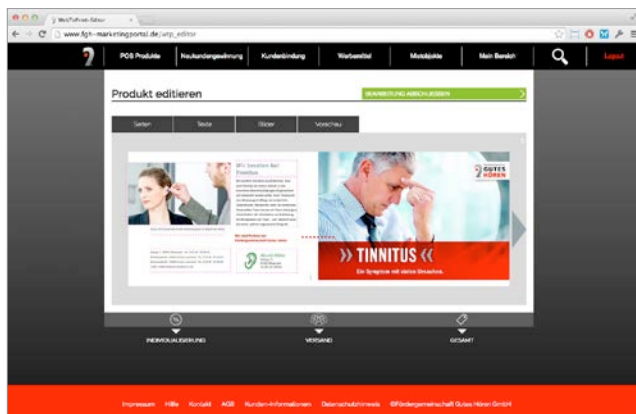
Die FGH betreut deutschlandweit rund 1.500 Meisterbetriebe im Bereich Hörakustik. Durch vielfältige Aktions- und Marketingunterstützung sorgt die Gemeinschaft für Aufklärungsarbeit über gutes Hören und stärkt die Kommunikation seiner einzelnen Partner. Zu dieser Unterstützung zählt vor allem die Bereitstellung von Werbemitteln und Informationsflyern.



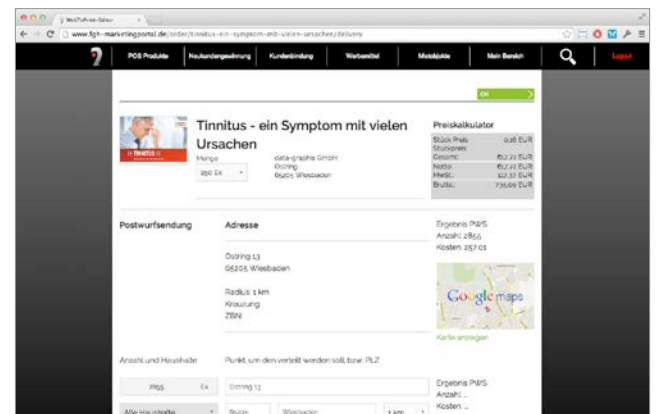
Das Portal wurde Mitte Oktober 2014 auf dem Branchenkongress in Hannover vorgestellt. Auf dem Stand der FGH konnten sich die Partner über alle Benutzerfunktionen informieren. Christopher Lindlohr, Projektleiter der dataroom Systementwicklung, erklärte den Besuchern die Funktionen vor Ort. „Die Einführung des Marketingportals ist für die FGH eine neue Form der Unterstützung seiner Partner“, sagt Lindlohr, „bisher konnten die Partner der FGH ihre Werbemittel nur mit Adressaufklebern oder Firmenstempeln versehen. Jetzt können sie ihr Material komplett auf sich anpassen und produzieren lassen.“

Rund 1.500 Partnerakustiker erhalten ihren eigenen Zugang

Bisher konnten die Partner ihre Werbemittel und Informationsflyer telefonisch oder via E-Mail bestellen, und erhielten einen fertigungsgedruckten Flyer, den sie mit ihrer eigenen Firmenadresse bekleben oder bestempeln mussten. Mit der Einführung des neuen Online-Marketingportals ist ab sofort eine bessere Individualisierung möglich. Infobroschüren, Werbeflyer, Gutscheinvorlagen oder Plakate – jeder Partner erhält seinen eigenen Zugang, kann sich die Werbemittel frei auswählen und dann mit den eigenen Firmeninformationen individualisieren.



Screenshot 1: Auf die Nutzerfreundlichkeit wurde großen Wert gelegt – mit wenigen Klicks gelangt der FGH Hörakustiker zu seiner individualisierten Broschüre.



Screenshot 2: Vor der finalen Bestellung werden die Preise und Versandparameter gut strukturiert zusammengefasst.

Nicht nur die Platzierung des eigenen Firmenlogos ist möglich; Textpassagen oder einzelne Bilder können auch individuell ausgetauscht werden, beispielsweise um eigene Fotos aus dem Betrieb oder der Mitarbeiter zu verwenden. Alle hochgeladenen Bilder werden in einer eigenen Benutzerdatenbank gespeichert. Die fertig bearbeiteten Werbemittel können sofort bestellt werden. Die Daten werden mit der Bestellung automatisch an die Druckerei übermittelt. Nach wenigen Tagen Produktionszeit werden die Drucksachen an die gewünschte Adresse geliefert.

Direkte Zustellung der Werbemittel an ausgewählte Haushalte

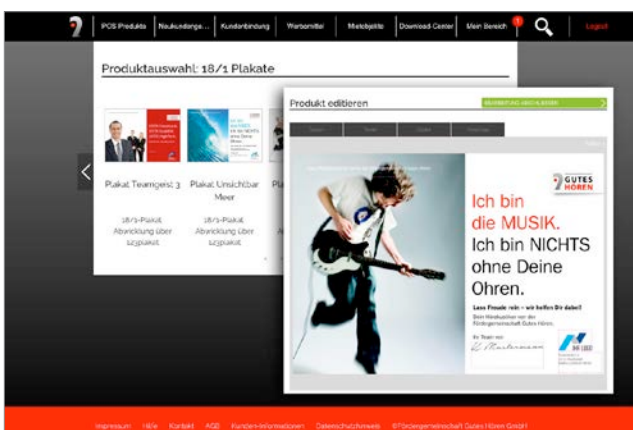
Einige der Werbemittel können auch direkt per Postwurfsendung an ausgewählte Haushalte verteilt werden. Mit Eingabe der gewünschten Postleitzahlengebiete erhält der FGH Partner die genaue Anzahl der erreichten Haushalte, eine Kartenansicht auf Google Maps und die dazugehörigen Versandkosten. Eine Schnittstelle direkt zum Postwurf-Service der Deutschen Post ermöglicht diese Berechnungen und danach auch den direkten Auftrag.

dataroom hat besonderen Wert auf die Benutzerfreundlichkeit des Portals gelegt. Die Werkzeugpalette zur Individualisierung der eigenen Werbemittel ist leicht zu verstehen. Der anschließende Bestellvorgang ist gut strukturiert, Druck- und Versandpreise sind sehr übersichtlich dargestellt. Der Hörakustiker wird zügig und sorgfältig durch das Portal geführt. Sofern ein Partner nicht intuitiv durch das Portal findet, kann er sich ein Video-Tutorial anschauen, das die Bedienung des Portals Schritt für Schritt erklärt.

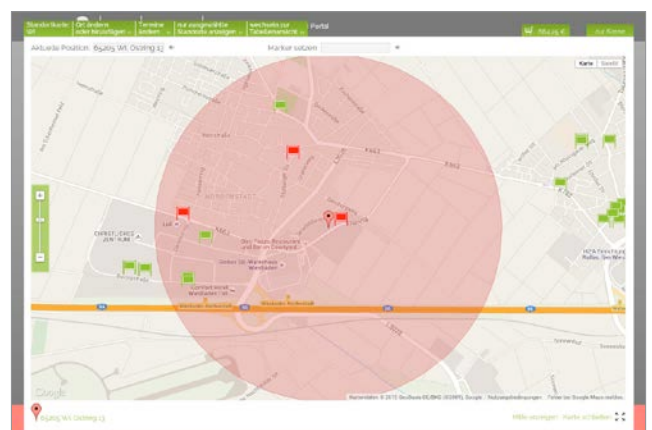
Die Entwicklung des Marketingportals nahm in etwa ein halbes Jahr in Anspruch. dataroom legte mit der FGH die Individualisierungs- und Bestellabläufe genau fest. Die Vorlagen aller FGH Werbemittel wurden in das Portal eingelesen, Produktinformationen und Produktionspreise wurden ergänzt. Auch Give-aways oder spezielle FGH Mietobjekte für Aktionstage können vom Partner im Portal bestellt werden.

Funktionserweiterung für Plakatwerbung

Um das Servicespektrum auszuweiten, bietet das Portal seit 2015 die Möglichkeit, Großformatplakate individualisiert zu drucken und ausgewählte Plakatwände in ganz Deutschland zu buchen. dataroom implementierte in das bestehende System eine Schnittstelle zum Buchungsportal eines großen Online-Vermarkters für Außenwerbung.



Screenshot 3: Jeder Partnerakustiker hat seinen eigenen Zugang und kann sich sein gewünschtes Plakatmotiv aus bestehenden Vorlagen auswählen, um es dann mit seinen eigenen Firmeninformationen zu versehen.



Screenshot 4: Mit Eingabe der gewünschten Adresse erhält man eine Übersicht über alle Plakatwände im Umkreis, deren Verfügbarkeit und die dazugehörigen Buchungskosten.

eingesetzte dataroom Systeme:

WEB-TO-PRINT



AUFGABENSTELLUNG

- Bereitstellung unterschiedlichster Werbemittel für rund 1.500 Partnerakustiker
- Unterstützung deren betriebseigener Marketingaktivitäten
- Aufklärung über gutes Hören und Hörschädigung



LÖSUNG

- ein klassisches Web-to-Print-System mit persönlichen Zugängen für alle Partnerakustiker
- einfache Bedienung, große Individualisierungsmöglichkeiten und absolute Kostentransparenz für die Produktion der Werbemittel



NUTZEN

- Optimale bundesweite Marketingsteuerung und -steuerung
- Sichere Corporate Design Umsetzungen
- Verbesserte Unterstützung der Partnerakustiker



Das fertige Plakat im Einsatz

Ihre Ansprechpartner:

Thomas Reibling, thomas.reibling@acmedien.de, +49 61 22 5 96 01 01

Thomas Kern, thomas.kern@acmedien.de, +49 61 22 59 63 60

dataroom Systementwicklung, data-graphis GmbH, Ostring 13, 65205 Wiesbaden-Nordenstadt
ein Unternehmen der ACM Unternehmensgruppe