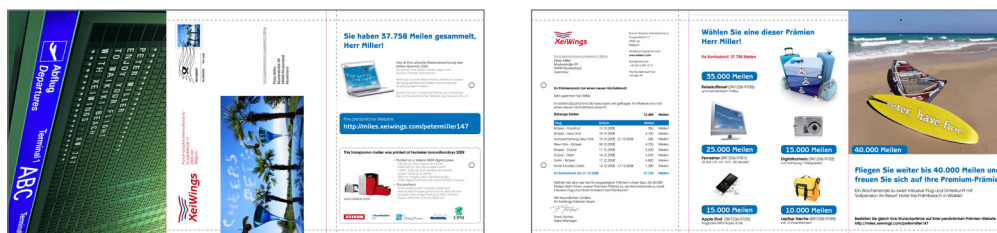


Vortrag von Diplom Wirtschaftsingenieur Gerhard Märterer,
Geschäftsführer AlphaPicture i-clue Maertterer GmbH, Waiblingen bei Stuttgart

Phone: +49 7151 20583-0
Fax: +49 7151 20583-55
contact@alphapicture.com
www.alphapicture.com

Transpromo ist tot – es lebe Transperformo!



Würde Google auch nur einen Cent verdienen, wenn bereits das Anzeigen einer Google Anzeige Geld kosten würde? Wohl kaum. Werbung bei Google wird nach Performance abgerechnet: Jeder Klick auf die Anzeige kostet Geld. Das Anzeigen der Werbung ist jedoch kostenlos. Dem Performance-Marketing gehört die Zukunft!

Über AlphaPicture – das
Softwarehaus für One-to-One
Kommunikation

Was den Anbietern von Massenmedien wie TV-Sendern und Zeitschriftenverlagen ein Gräuël ist, wird dem Transpromo zum Durchbruch verhelfen: die Abrechnung der Anzeigen nach Werbeleistung und nicht nach dem Tausender-Preis.

AlphaPicture i-clue Maertterer GmbH in Waiblingen ist Weltmarktführer im Bereich der ASPBildpersonalisierung. Aus diesem Kernbereich heraus entwickelte AlphaPicture One-to-One Anwendungen für postalische Mailings, Videos, E-Marketing, Zeitschriften und Transpromodrucke, die als Software as a Service (SaaS) angeboten werden. Durch Vertriebspartner in New York, Tokio, Warschau, Rotterdam, Oxford, Sydney und Pretoria verfügt AlphaPicture über ein weltumspannendes Servicenetz.

Das Prinzip des Transpromo dürfte hinlänglich bekannt sein: Man schafft auf Rechnungen und Formularen – also auf Transaktionsdrucken – Platz für Werbeeindrücke und bietet diese „White Spaces“ der werbetreibenden Wirtschaft an. Die IT-Tools und die schnellen Digital-Druckmaschinen dafür gibt es längst. Doch warum kommt Transpromo nicht vom Fleck? Das Problem liegt in der Vermarktung. Wer bezahlt schon gerne 10 Cent pro Whitespace-Anzeige, wenn er mit 1%iger Response rechnet. Denn so gerechnet, kostet jeder Lead 10,- Euro. Bei Google bezahlt man pro Lead nur 50 Cent bis 5,- Euro – je nach Keyword.

Der Vortrag von Gerhard Märterer zeigt, wie man mit Transpromo zum Nulltarif Geld verdient. Ein Anbieter von Whitespaces verlangt dabei für die Platzierung und den Druck der Anzeige erst einmal keinen einzigen Cent. Die Anzeige kostet ihn selbst ja auch nichts: das Transaktionsdokument muss ja sowieso erstellt und verbreitet werden. Also ist die Whitespace-Anzeige für den Anbieter – abgesehen von eventuellen Zusatzkosten für den Farbdruk – mit keinerlei Mehrkosten verbunden.

Wie kommt nun Geld in die Kasse des Whitespace-Anbieters? Ganz einfach, indem die Anzeige eine Performance auslöst: den Klick auf eine persönliche Website. Diese Personal URL (PURL) registriert den Besuch – und schon ist der erste „Visit“-Klick fällig. Wird über die PURL z.B. ein Fragebogen ausgefüllt, wird ein zweiter, noch höherer „Feedback“-Klickpreis fällig. Erzeugt die PURL ein Opt-in zum Permissionmarketing (z.B. Newsletter-Abo), wird nochmals eine „Double-Opt-in“-Gebühr fällig. Schafft es die PURL sogar, dass der Kunde etwas im beworbenen Online-Shop kauft – wird eine satte Verkaufsprovision („Conversion“-Klick) fällig. Transpromo nach der sogenannten AIDA-PUSH Methode führt eine neue Direktmarketing-Währung nach dem Google-Prinzip ein: bezahlt wird nur bei Erfolg.

An Beispielen aus der Finanzwirtschaft, von Verlagsobjekten und der Touristikbranche zeigt der Referent, welche Werbemöglichkeiten sich für die Kosmetikbranche, Autovermietungen, Fotoalbumservices sowie für Bank- und Versicherungsleistungen auftun.