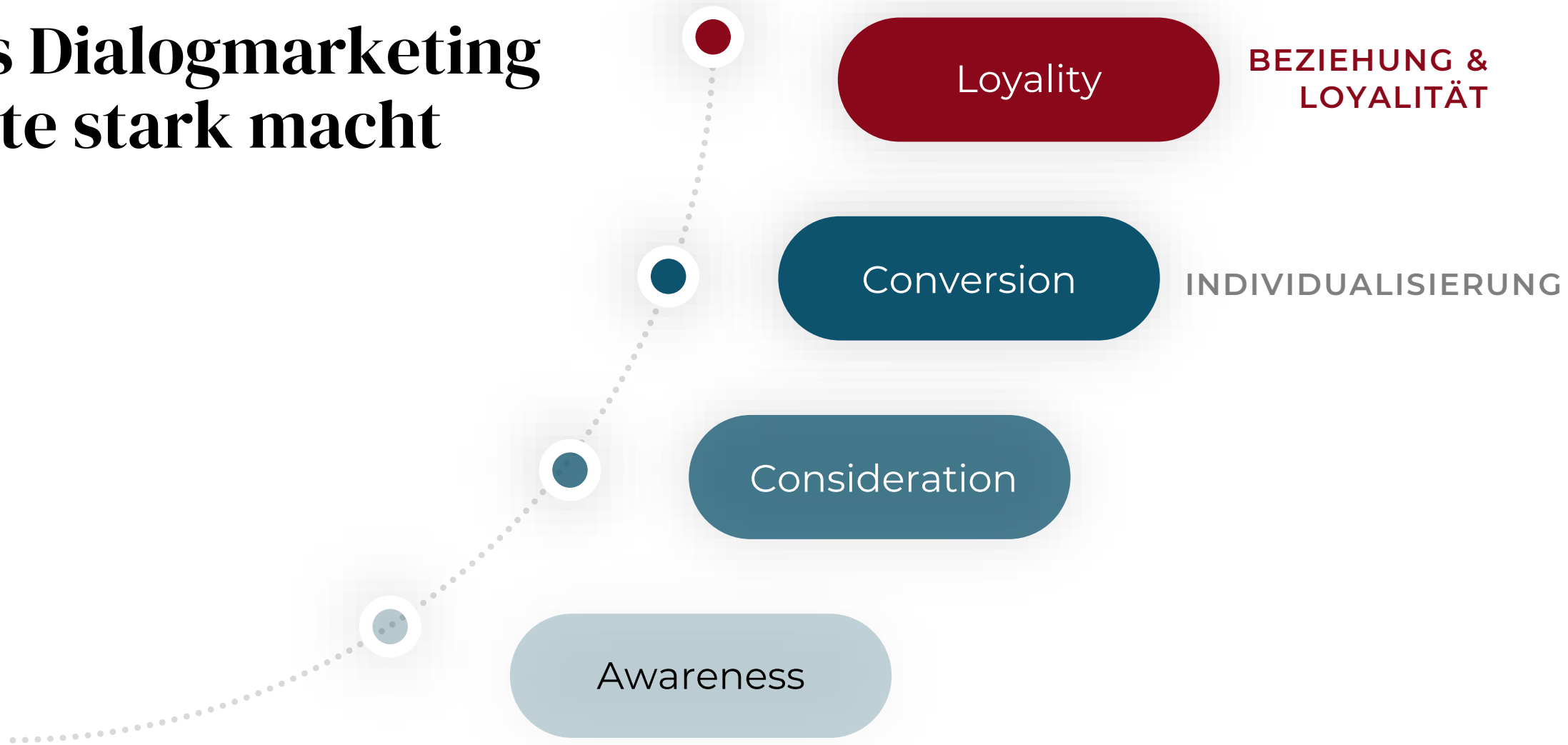


Dialog beginnt mit dem ersten Datenpunkt

Warum Dialogmarketing früher ansetzen muss!

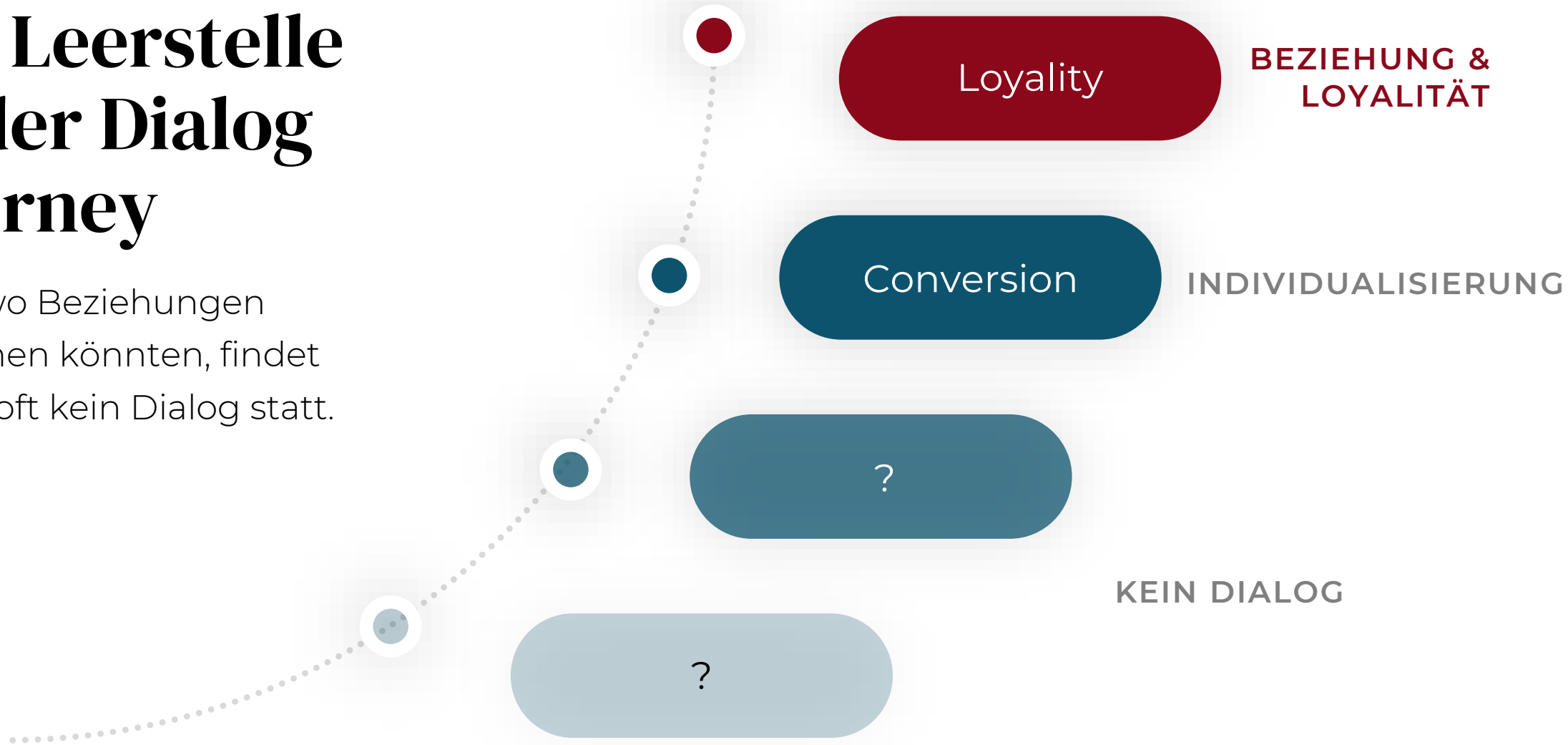
INDIVIDUALISIERT | ORCHESTRIERT | WERTSTIFTEND | HANDLUNGS AUSLÖSEND

Was Dialogmarketing heute stark macht



Die Leerstelle in der Dialog Journey

Dort, wo Beziehungen
beginnen könnten, findet
heute oft kein Dialog statt.



Dialog ist Haltung – Nicht Kanaldenken

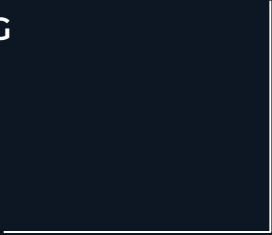




UNSER ANSATZ

Dialog-Prinzipien bereits im ersten Kontakt anwenden

FIRST PARTY DATEN | MINI KOHORTEN BILDEN | STRATEGISCHE INDIVIDUALISIERUNG



Anwendung im realen Case (anonymisiert)

Unser Startpunkt



Keine CRM
Vorinformationen

Keine bestehende
Beziehung

Ziel: Ersten
Datenpunkt nutzen



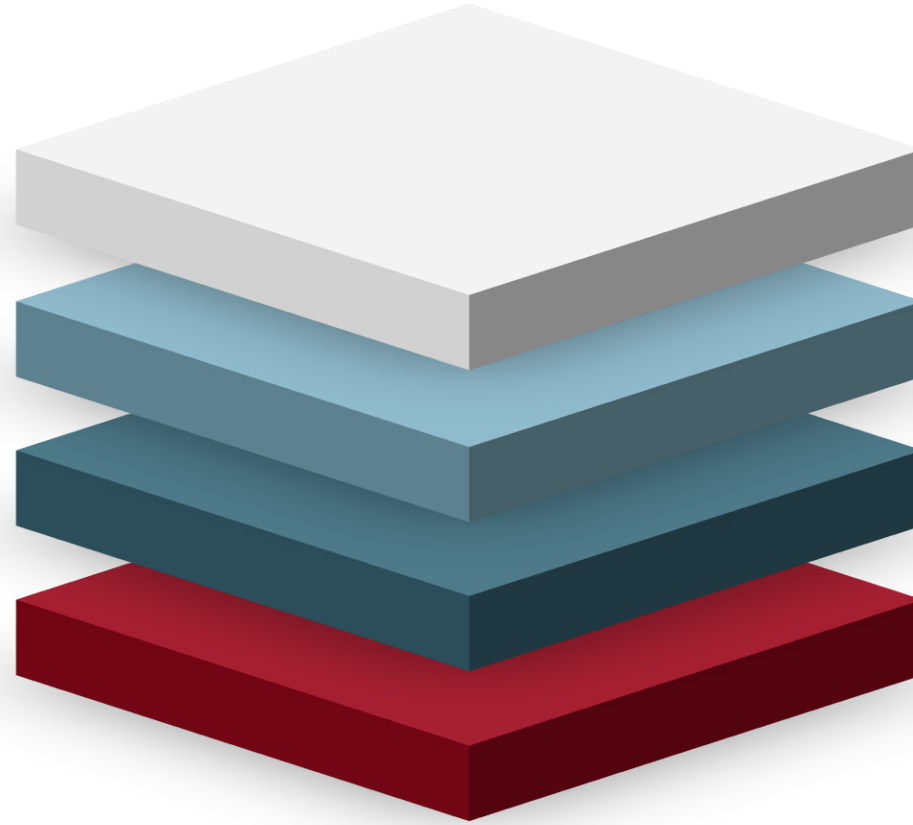
Segmentierung nach Situation, nicht nach Zielgruppe

Dialog beginnt mit Auswahl
– nicht mit Reichweite

HOHER VERLUST – GERINGE KLARHEIT

*„Was ist passiert – und
was bedeutet das für
mich?“*

Pay-to-win



EMOTIONALE VERUNSICHERUNG

*Ich habe einen Fehler
gemacht –gibt es einen
Ausweg?*

**Austausch über Foren,
etc...**

RATIONALE ABKLÄRUNG

*Welche Möglichkeiten
gibt es – und wie
funktioniert das?*

Newsartikel im Log-in

Strategische Individualisierung

EMOTIONALE VERUNSICHERUNG

Noch ist nicht alles verloren!
Verluste aus Online Casinos
können geprüft und erstattet
werden

**Beruhigend. Respektvoll.
Entlastend**

ORIENTIERUNG NACH VERLUST

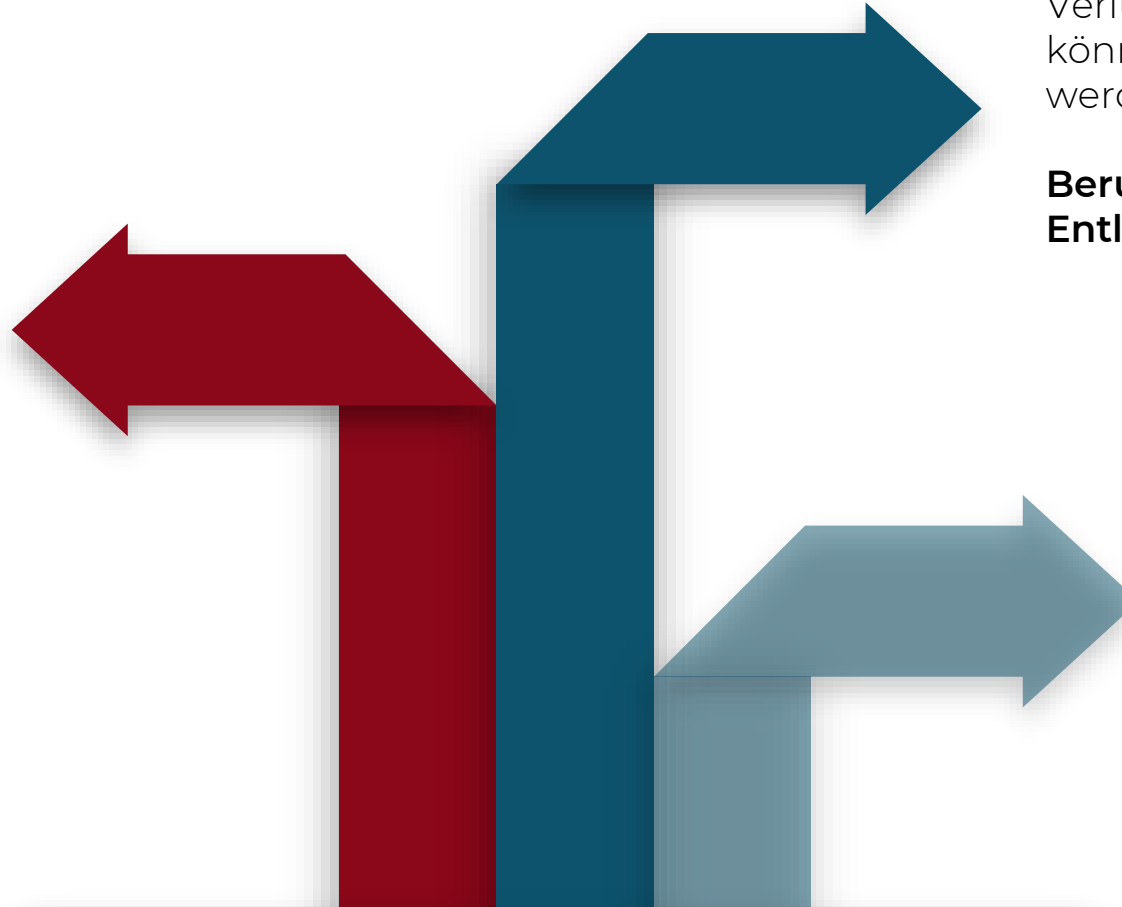
Zu viel gezahlt zu wenig
gewonnen? Verluste aus
Online Glücksspiel
zurückholen

**Sachlich. Ohne Druck.
Einordnend**

RATIONALES INFORMATIONEN- BEDÜRFNIS

Online verloren? Geld
zurückholen ist möglich! So
funktioniert die
Rückerstattung

**Informierend. Klar.
Transparent**



Dialog beginnt mit dem richtigen Moment.

Wirkung im Dialog

Unser Zieleinlauf



+129% Interaktion*

Menschen reagieren,
weil sie sich
verstanden fühlen –
nicht weil sie gepusht
werden.

+56“ Viewtime*

Dialog entsteht über
mehrere Kontakte –
nicht in einem
Moment.

3x bessere Leadqualität*

Weniger Streuung.
Mehr Relevanz.
Bessere Gespräche.

*Im Vergleich zur im gleichen Zeitraum laufenden „Push“ Kampagne ohne Individualisierung. Die Kampagne lief über die gleichen Kanäle mit standardisierten Werbemitteln als A/B Test

DIALOGISCHE KOMMUNIKATION – SYSTEMATISCH GEDACHT



Sammeln

Wir gewinnen relevante First-Party-Daten aus kontextuellen und freiwilligen Interaktionen – als Ausgangspunkt für Relevanz, nicht für Reichweite.

FIRST-PARTY-DATA



Contextual Mobile Signals



CRM & Content based Data



E-Mail Address



Competitive buying signals



Household Data

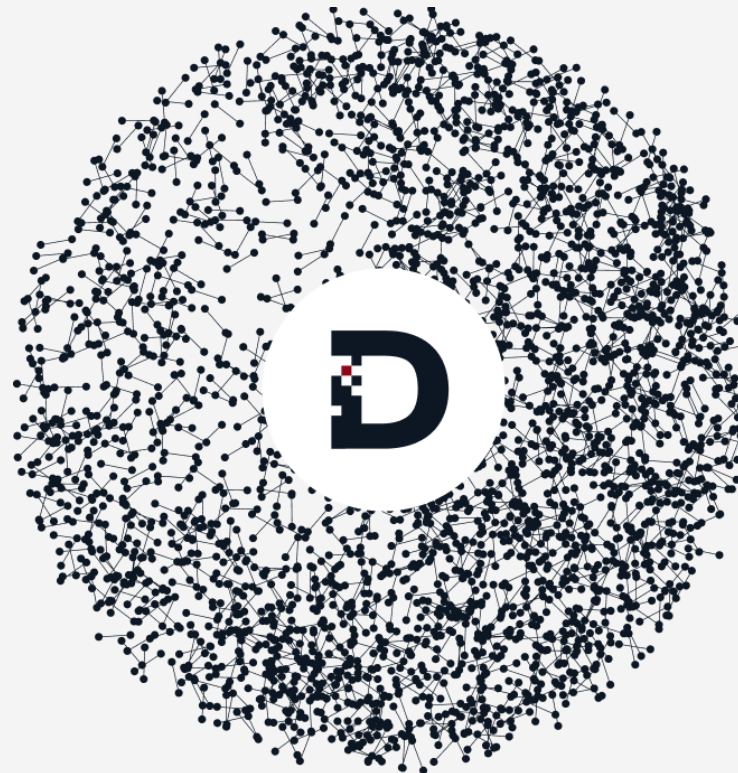


Geolocation



Aggregieren

Wir strukturieren Daten bewusst zu Mini-Kohorten – nicht nach Demografie, sondern nach Kontext, Bedarf und Entscheidungslogik.



Aktivieren

Wir übersetzen diese Kohorten in differenzierte, respektvolle Ansprache – über Kanäle hinweg, immer mit dem Ziel, Dialogfähigkeit aufzubauen.

Paid Reach Environments



Owned Dialog Channels



Contextual Content Placements



Attention-based Formats



Unser Ansatz in 4 Dimensionen

INDIVIDUALISIERT

Kommunikation entlang
situativer
Informationsbedürfnisse
– nicht entlang
demografischer
Zielgruppen.

ORCHESTRIERT

Abgestimmte Abfolge
von Kontakten über
mehrere Touchpoints –
nicht isolierte
Einzelmaßnahmen.

WERTSTIFTEND

Inhalte orientieren sich
am jeweiligen Problem-
und Klärungsbedarf –
nicht an maximaler
Reichweite.

HANDLUNGS AUSLÖSEND

Jeder Kontakt ermöglicht
einen nächsten
sinnvollen Schritt im
Dialog – nicht bloß
Aufmerksamkeit.



Dialogmarketing entwickelt sich weiter, wenn wir bestehende Mittel neu denken.

Dialog entsteht, wenn Haltung wichtiger wird als Mechanik.

UNSER ANSATZ NIMMT DIALOGMARKETING BEIM WORT: VOM ERSTEN KONTAKT AN.

