



Pakete aufwerten und Zusatzeinnahmen generieren paketwerbung.de bietet Mehrwerte für Sender und Empfänger

(ddp direct) Vorhandene Kapazitäten ausschöpfen und dabei Kosten minimieren Durch detailliertes Tracking wertvolle Zusatzinformationen gewinnen Berlin, 26. Februar 2013 ? Größere Aufwendungen für Logistikdienstleister, Retouren und Verpackungsmaterial lassen die Versandkosten für Warenlieferungen in die Höhe schnellen. Nach Auswegen und Einsparpotenzialen wird fieberhaft gesucht. Während bei den Logistik-Unternehmen nach alternativen Zustelloptionen geforscht wird, bieten sich dem Versender andere Optionen. Beispielsweise kann er die Sendung nutzen, um Zusatzeinnahmen zu generieren. paketwerbung.de (www.paketwerbung.de), der Dienstleister für zielgruppengenaue Werbeplatzvermarktung, stellt eine vielversprechende Möglichkeit vor.

Der Ansatz sieht vor, bereits vorhandene Kapazitäten auszunutzen. Warensendungen eignen sich hervorragend, um Flyer, Gutscheine und Produktproben beizulegen. Einer Sendung, die ohnehin verschickt wird, Werbemittel hinzuzufügen, bedeutet keinen relevanten Mehraufwand und ist bares Geld wert! Eine ausgefeilte Kampagnen-Planung und ein engagiertes Team sorgen dafür, dass die Werbe- und Versandpartner optimal aufeinander abgestimmt sind, was für beste Ergebnisse sorgt.

Bei der Ermittlung der idealen Kampagnen-Teilnehmern wird in höchstem Maße darauf geachtet, dass die Waren oder Dienstleistungen des Werbe- und Versandpartners sich ergänzen: ?Wir möchten, dass auch dem Empfänger der Sendung ein Mehrwert geboten wird. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit der Einlösung des beigelegten Gutscheins und der Werbepartner profitiert noch mehr,? beschreibt Damian Leich, einer der Gründer und Geschäftsführer von paketwerbung.de, was sein Team anspricht.

Das Tracking, eine Funktion, von der sich Werbepartner besonders viel versprechen, ist auch für den Versandpartner äußerst nützlich. Die daraus gewonnenen Daten geben ihm sehr viel Aufschluss über seine primäre Zielgruppe, seine Kunden und ihre Bedürfnisse. Die Rückschlüsse, die daraus gezogen werden können, sind wertvoller als jede Fremd-Studie. ?Macht es vielleicht Sinn, ein besonders häufig eingelöstes Komplementärgut ins eigene Sortiment aufzunehmen? Oder die eigene Werbung gezielt dort zu platzieren, wo die Gutscheine eingelöst werden, um einen weiteren Kauf auszulösen? Mit den Zahlen, die wir unseren Partnern zur Verfügung stellen, können sie ihre Kunden mit ganz anderen Augen sehen,? führt Leich aus.

Über paketwerbung.de:

paketwerbung.de (www.paketwerbung.de) ist der Dienstleister für zielgruppengenaue Werbeplatz-vermarktung. Paketbeilagen werden durch ein großes Netzwerk von Werbe- und Versandpartnern zum attraktiven, leistbaren Werbemittel; eine ausgefeilte Kampagnenplanung gewährleistet die Berücksichtigung vielfältiger Selektionskriterien. Kooperationen mit dem Online-Shop Provider xt:Commerce, Lieferdiensten und POS-Partnern garantieren eine große Streuung der Werbemittel. Weitere Informationen unter www.paketwerbung.de

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/t4bgkt>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/marketing/pakete-aufwerten-und-zusatzeinnahmen-generieren-paketwerbung-de-bietet-mehrwerte-fuer-sender-und-empfaenger-39>

869

Pressekontakt

B & D Dialog Systems

Frau Daniela Kazmaier
Kurfürstendamm a 125
10711 Berlin

d.kazmaier@paketwerbung.de

Firmenkontakt

B & D Dialog Systems

Frau Daniela Kazmaier
Kurfürstendamm a 125
10711 Berlin

paketwerbung.de
d.kazmaier@paketwerbung.de

-