



Werbung auf Rädern

Werbung auf Rädern
Deutsche Post startet Pilotprojekt Autowerbung in Köln
Transparente Erfolgskennzahlen durch neues GPS-Tracking
Die Deutsche Post bietet Werbetreibenden zukünftig ein neues Produkt im Bereich der Außenwerbung (Out-of-Home): die "Deutsche Post Autowerbung". Sie vermittelt dabei zwischen Unternehmen, die Autos als Werbeträger nutzen möchten, und PKW-Besitzern, die ihr Fahrzeug als Werbefläche zur Verfügung stellen wollen. Mit Hilfe eines zum Patent angemeldeten Tracking-Verfahrens werden die jeweiligen Fahrtrouten per GPS aufgezeichnet und darauf aufbauend berechnet, wie viele Personen mit hoher Wahrscheinlichkeit die jeweilige Werbekampagne gesehen haben. Hierdurch haben Unternehmen endlich die Möglichkeit, den Erfolg ihrer Kampagnen zielgruppenspezifisch zu planen und unmittelbar auszuwerten.
Alles aus einer Hand
Mit Deutsche Post Autowerbung platzieren wir eine neue Lösung im Out-of-Home-Segment, mit der wir zum einen diese Art von Werbung plan- und messbar machen und zum anderen die Prozesskomplexität spürbar reduzieren", erläutert Clemens Beckmann, Executive Vice President Innovationen BRIEF, Deutsche Post AG. Die Deutsche Post bietet dabei interessierten Werbetreibenden alles aus einer Hand: von der Vermittlung der Kunden über die Entwicklung modellübergreifender Designstandards bis hin zur Beklebung der Autos an Tankstellen des Kooperationspartners Aral. Darüber hinaus sorgt sie dafür, dass die Kampagnen schnell, flexibel und zielgruppengerecht umgesetzt werden und die Unternehmen am Ende aussagekräftige Reportings erhalten. PKW-Besitzer können an dem Projekt Autowerbung teilnehmen, wenn ihr Auto maximal fünf Jahre alt ist und sie mindestens 8.000 Kilometer im Jahr fahren. Im Gegenzug erhalten sie pro Monat einen Tankgutschein in Höhe von 70 Euro, einen Gutschein für eine Autowäsche und ein Navigationsgerät des Kooperationspartners Garmin. Die darüber aufgezeichneten Fahrtrouten werden nur in anonymisierter Form an die werbenden Unternehmen weitergegeben.
Mobile Autowerbung startet im März 2013
"Die steigende Mobilität der Gesellschaft und die immer größere Verbreitung des mobilen Internets machen mobile Autowerbung für Unternehmen so interessant", gibt Clemens Beckmann einen Einblick in weitere Vorteile des Produktes. "Deutsche Post Autowerbung spielt mitten im Leben und erreicht die Konsumenten direkt an den Touchpoints."
Die mobile Autowerbung startet im März 2013 als Pilotprojekt mit zunächst 200 PKW-Besitzern in Köln. Interessenten können sich ab sofort über die Homepage www.deutschepost.de/autowerbung registrieren.
Deutsche Post AG
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Deutschland
Telefon: +49 (0)228 182-9988
Telefax: +49 (0)228 182-9922
Mail: pressestelle@deutschepost.de
URL: <http://www.deutschepost.de>


Pressekontakt

Deutsche Post AG

53113 Bonn

deutschepost.de
pressestelle@deutschepost.de

Firmenkontakt

Deutsche Post AG

53113 Bonn

deutschepost.de
pressestelle@deutschepost.de

Wir bewegen täglich 72 Millionen Briefsendungen. Dabei sorgt insbesondere der Bereich Direktmarketing für hohe Zuwachsraten. So ist das Unternehmen ausgezeichnet positioniert: Im Bereich Brief ist die Deutsche Post führender Dienstleister in Europa, im Bereich Direktmarketing sind wir Marktführer in Deutschland. Wir orientieren uns dabei an den Wünschen unserer Kunden - und die kennen wir sehr gut: In unseren Filialen haben wir rund 685 Millionen Kundenkontakte pro Jahr. Die Deutsche Post ist ein moderner und leistungsstarker Partner im Konzern Deutsche Post World Net. Garanten hierfür sind das Fachwissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, eine flexible Infrastruktur sowie unser flächendeckendes Filialnetz. Privatkunden und Geschäftskunden profitieren von unserer Erfahrung, der ausgereiften Technik unserer Briefzentren und von unserer Kundennähe. Wir bieten Privatkunden zeitgemäße Produkte und Services, die weit über das Versenden von Briefen hinaus gehen. Für Geschäftskunden entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen. Wir sind professioneller Partner in allen unseren Leistungsfeldern. Im Verbund mit unseren spezialisierten Tochterunternehmen bieten wir ein Leistungsspektrum, das am Puls der Zeit ist. Die Zufriedenheit und der Erfolg unserer Kunden stehen dabei im Mittelpunkt unserer Arbeit.