



Deutsche Post übernimmt E-Mail Spezialisten optivo

Deutsche Post übernimmt E-Mail Spezialisten optivo
Stärkung der Position als neutraler Technologiedienstleister im Online Marketing
Briefchef Gerdes: "Weitere Brücke zwischen klassischen Dialoglösungen und der digitalen Welt" Die Deutsche Post übernimmt optivo, einen der führenden deutschen E-Mail-Marketing-Dienstleister. Damit erweitert der Bonner Konzern sein Leistungsspektrum im Online Werbemarkt um das attraktive technologische Feld E-Mail-Marketing. "optivo ergänzt unsere Technologielösungen im Online Werbemarkt ideal. Seit 2010 bauen wir das Geschäftsfeld Online Marketing sukzessive auf. Unser Ziel: Wir wollen die erste Adresse als neutraler Technologiedienstleister für die werbetreibende Wirtschaft sein", sagt Jürgen Gerdes, Konzernvorstand BRIEF Deutsche Post DHL. optivo bietet Werbetreibenden technische Lösungen und Services zum Ausbau des Bestandskundengeschäfts. Mit der E-Mail-Marketing-Software optivo broadmail können Unternehmen individuelle Newsletter und Kampagnenmails versenden und effektiv auswerten. Die Lösung ist multikanalfähig und umfasst neben E-Mails auch Social Media, SMS/Mobile E-Mails, Web und Fax. Die Software kann bis zu 20 Millionen E-Mails pro Stunde versenden und lässt sich bequem in bereits bestehende Systemumgebungen wie Webanalyse- und CRM-Lösungen integrieren. "Die Deutsche Post als feste Größe im Online Werbemarkt ist der ideale Partner, um unsere innovative Technologie noch breiter zu positionieren. Zudem profitieren wir von der internationalen Aufstellung des Konzerns", sagt optivo-Geschäftsführer Ulf Richter. Baustein in der crossmedialen Ausrichtung
Die optivo-Technologien und -Services eignen sich besonders gut für crossmediale Dialoglösungen. Denn dass E-Mail-Marketing hier eine bedeutende Rolle spielen kann, haben Tests bestätigt, die die Deutsche Post mit mehreren Kunden zur crossmedialen Kampagnensteuerung durchgeführt hat. Dabei wurden unter anderem Kombinationen aus Werbebriefen und E-Mail erprobt. Klares Ergebnis der Testkampagnen: In allen Fällen war die gezielte crossmediale Ansprache deutlich erfolgreicher als die monomediale. "Die Zukunft des Dialogmarketings liegt in intelligent kombinierten Kampagnen, die die jeweiligen Stärken der On- und Offline-Medien optimal miteinander kombinieren. Mit optivo bauen wir eine weitere Brücke zwischen den klassischen Dialoglösungen und der digitalen Welt", so Jürgen Gerdes. optivo wurde 2001 gegründet und beschäftigt heute rund 85 Mitarbeiter. Das Unternehmen gehört zu den technologisch führenden Dienstleistern und Trendsetzern im Markt für professionelles E-Mail-Marketing. So haben die Innovationen in den Bereichen Marketing Automation und mobiler E-Mail-Optimierung ("Mobile Fusion") viel Beachtung gefunden. Über 850 Kunden aus verschiedenen Branchen nutzen Software und Services des Unternehmens. Es handelt sich hierbei sowohl um mittelständische als auch größere Unternehmen und Konzerne. Als 100-prozentiges Tochterunternehmen der Deutschen Post wird optivo mit der bestehenden Geschäftsleitung und Belegschaft weiterhin unabhängig und selbständig agieren. Neben optivo gehören bereits weitere Online Marketing Player zum Post-Konzern. 2010 übernahm die Deutsche Post beispielsweise Europas größte Targeting-Plattform nugg.ad, 2012 erfolgte der Erwerb von intelliAd Media, einem führenden Bidmanagement-Anbieter für Suchmaschinenmarketing und Multichannel-Tracking.
Bildunterschrift: Mit der E-Mail-Marketing-Software optivo broadmail können Unternehmen individuelle Newsletter und Kampagnenmails versenden und effektiv auswerten.
Alexander Edenhofer
Pressesprecher: Unternehmensbereich BRIEF
Deutsche Post DHL
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Tel.: (0228) 182 9944
Fax: (0228) 182 9880
 http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=537515 width="1" height="1">

Pressekontakt

Deutsche Post AG

53113 Bonn

Firmenkontakt

Deutsche Post AG

53113 Bonn

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.