

Crossmedial zur rechtssicheren Werbung

Clever die Einwilligung zur Datennutzung gewinnen

Wir ermöglichen die rechtssichere Kontaktaufnahme mit Ihren Kunden.

Das Bundesdatenschutzgesetz wurde bereits im Jahr 2009 umfangreich überarbeitet. Eine Übergangsfrist ist am 31. August dieses Jahres abgelaufen. Als „Datenschutznovelle II (Datenhandel)“ reformierte die neue Fassung das Dialogmarketing. Bis heute gibt es jedoch in Unternehmen Unsicherheiten, was erlaubt ist und was nicht – und so immer wieder verärgerte Kunden.

Bei der Überarbeitung hat der Bundestag der besonderen Bedeutung des postalischen Dialogmarketings Rechnung getragen. Dialogmarketing wird als zentrales Element für die Kundenpflege und Neukundengewinnung gesehen. Im Gegensatz zu einer Kontaktaufnahme über Telefon, E-Mail etc. sei die Einholung von Einwilligungen in diesem Bereich aus tatsächlichen und juristischen Gründen häufig nicht praktikabel. Einzelheiten sind im § 28 Absatz 3 BDSG aufgeführt. Die ganze Verantwortung für eine Kontaktaufnahme liegt also auf

dem Printprodukt im Briefkasten des (zukünftigen) Kunden – als Ausgangspunkt für weitergehende Kommunikationsmöglichkeiten.

Für die Gewinnung einer Einwilligung Ihrer Kunden zur Nutzung der personenbezogenen Daten für Werbezwecke, die über die Postadresse hinausgehen, empfehlen wir eine gezielte Crossmedia-Kampagne. Wie im vorangegangenen Artikel beschrieben kommen verschiedene Kommunikationskanäle zum Einsatz. Bewährt hat sich folgendes Vorgehen:

In einem individualisierten Direkt-Mailing, z. B. in Form einer Postkarte, wird das Thema Einwilligungserklärung zur Nutzung personenbezogener Daten angesprochen. Mit der Bitte um eine entsprechende Zustimmung wird auf eine PURL (personalisierte URL) hingewiesen, z. B. www.sicher-mit-ods.de/thomas.schermer. Öffnet der Adressat diese individuelle Internetseite, kann er auswählen, über welchen Kommunikationskanal er zukünftig angesprochen werden möchte – per E-Mail, Telefon oder

Post. Er kann auch einer Kontaktaufnahme zu Werbezwecken grundsätzlich widersprechen. Unser spezielles Crossmedia-Tool verknüpft die Angaben auf der Webseite mit den Datenbanken zur Kundenpflege. Die Einwilligungen werden rechtssicher protokolliert und der weitere Kundenkontakt kann ausgebaut werden.

Nutzen Sie die Synergieeffekte:

- Für die Bindung und Aktivierung von Stammkunden, z. B. mit einer Einladung zu Veranstaltungen oder zu einem Kundenbindungsprogramm!
- Für die Einführung einer neuen Dienstleistung oder eines neuen Produktes!
- Zur Gewinnung von Neukunden!
- Für eine bestmögliche Response-Quote!
- Zur Gewinnung von Informationen zu Ihren Kunden, z. B. mit einer Kundenbefragung oder der Auswertung Ihrer Kundenkommunikation!



Unser Angebot für die Umsetzung einer Crossmedia-Kampagne:

Setup	499,- € pauschal			
<i>Optional:</i>	<i>Bildpersonalisierung 79,- € pauschal</i>			
Auflage	500	1.000	2.000	5.000
je Datensatz	0,34 €	0,27 €	0,22 €	0,15 €
Gesamt	171,- €	266,- €	435,- €	762,- €

Angebot gültig bis 31.10.2012. Alle Preise sind Nettopreise zzgl. MwSt. und Porto. 1 Korrekturlauf und die individuelle Anpassung der Templates/Vorlagen (Farben, Logo, Kontaktdaten) auf Ihr Unternehmen ist inbegriffen. Bitte beachten: Layout und Anzahl der Wörter in den Templates/Vorlagen sind fest definiert. Gern erstellen wir Ihnen auch ein individuelles Angebot für Ihre Kampagne!

Mit unserer Auswertung können Sie sehen, wie viele Kunden auf das Direkt-Mailing reagiert haben und Sie können Ihre Kunden zukünftig zielgerichtet und rechtskonform ansprechen. Sie sparen Geld und Ärger für unerwünschtes Werbematerial.

Telefon: (030) 23 09 51-0
crossmedia@o-d-s.de