



Web-to-Print

Online-Kontakte auch postalisch ansprechen: Wie geht das?

Erreiche deine Website-Besucher:innen auch nach ihrem Besuch – mit Web-to-Print! Dank personalisierter Mailings profitierst du von hoher Aufmerksamkeit und einer starken Conversion-Rate.

Unser Web-to-Print bietet dir eine neue Möglichkeit, interessierte Personen, die Deine Webseite besuchen, im Nachgang postalisch anzusprechen.

Hierfür bindest du ein Pixel auf deine Website ein, das über ein Cookie den User datenschutzkonform identifizieren kann. Die relevanten Webseiten-Besuchenden erhalten so kurze Zeit nach ihrem Web-Besuch ein Mailing nach Hause.

Diese direkte Ansprache der potentiellen Käufergruppe mit der Emotion und Haptik des klassischen Mailings bietet im Benchmark aller Direct-Marketing-Kanäle die höchsten Wandlungsraten: Deine Website-Besuchende werden zu Neukund:innen. Dieser Prozess ist vollkommen automatisiert und anonymisiert. Für das Daten-Matching nutzen wir unseren Cross-Channel-Hub, der über die größte Cross-Channel-Reichweite Deutschlands verfügt. Das patentierte Datenschutzverfahren Data Secure^{TTP} gewährleistet dabei, dass alle Prozesse EU-DSGVO-konform sind.

Generelle Vorteile von Web-to-Print

- Nutzung des zusätzlichen Kanals Direct-Mail für Retargeting
- Deutschlands größte Cross-Channel-Reichweite als Basis
- Hohe Aufmerksamkeit und Emotion durch die Haptik des Mailings
- Hohe Wandlungsraten im Vergleich zu anderen Retargeting-Kanälen
- Full-Service durch AZ fundraising services – vom Website-Besuch bis hin zur Auflieferung des Direct Mails
- Erweiterbar auf weiteren Kanälen mit Social-Media-Werbung oder Display-Marketing
- Datenschutzrechtliche Konformität durch Rechtsgutachten bestätigt

Vorteile von Web-to-Print im Vergleich zu den Online-Retargeting Kanälen:

- **Persönliche Ansprache:** Print-Werbemittel ermöglichen eine direkte Ansprache des Webshop-Besuchenden in seiner häuslichen Wohlfühlumgebung
- **Präsenz:** Print-Werbemittel haben eine hohe Sichtbarkeit. Somit bleiben sie länger präsent als z.B. ein Display-Banner
- **Barrierefreiheit:** Die Retargeting-Reichweite kann durch Web-to-Print signifikant erweitert werden, da keine Ad-Blocker oder Browser-Einstellungen die Zustellung von Print-Mailings im Briefkasten verhindern
- **Wertigkeit:** Postalische Werbung bietet ein haptisches Erlebnis und ist im Empfinden von Nutzenden wertig und daher wirkungsvoll
- **Konversion:** Print-Werbemittel bieten prozentual mit die höchste Conversion Rate aller Push-Werbekanäle

