

permissiongate ermöglicht völlig neue Selektionen im eMail-Marketing

Gräffeling, 17. Juni 2008. Die Buchungsplattform permissiongate.de integriert in diesen Tagen neue Selektionsmöglichkeiten für Direktmarketing-Kampagnen, mit denen werbetreibende Unternehmen und Mediaagenturen die relevante Zielgruppe weiter eingrenzen und Streuverluste minimieren können. Erstmals kann damit ein eMail-Datenpool so detailliert segmentiert werden.

Neu sind unter anderem Merkmale wie Kaufkraft, die Zugehörigkeit zu Kulturkreisen, Wohnsituation, Konsuminteressen, Postkauffähigkeit, eine Autotypologie und eine Reihe weiterer soziodemographischer und psychographischer Kriterien umfasst. Zugespielt wurden auch die MOSAIC Milieus®, welche verschiedene Bevölkerungsgruppen abbilden, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise zusammenfassen lassen. Diese im postalischen Umfeld längst etablierten Merkmale können nun auch erstmals auf einen eMail-Datenpool relevanter Größe abgebildet werden und ermöglichen so völlig neue Selektionen.

Zugespielt werden die Daten von dem Langenfelder Zielgruppenberater Dialoghaus, dem Spezialisten für Micromarketing-Systeme microm aus Neuss und der dmc direct marketing company aus Filderstadt. Im Zuge dieser Partnerschaft wird die im Juli 2007 lancierte Plattform für crossmediale und dublettenfreie Adressenangebote um eine Kombination an Selektionsmerkmalen erweitert, die am Markt bislang im eMail-Marketing-Bereich noch nicht verfügbar war. Werbungtreibende können dadurch erstmals eMailings, Postmailings, Telefon- oder Mobilekampagnen getrennt voneinander oder kombiniert dublettenfrei aussteuern, und dabei gleichzeitig von den Consumerinformationen aller drei Merkmalsgeber für individuelle Selektionen profitieren.

„Wir sind sehr stolz darauf, mit den Marketingexperten von Dialoghaus, microm und dmc so starke Partner für permissiongate gewonnen zu haben. Gemeinsam werden wir einen neuen Standard im Dialogmarketing etablieren“, gibt sich Simon Gollmann, Geschäftsführer von permissiongate, zuversichtlich. Dialoghaus Geschäftsführer Jürgen Grundmann ergänzt: „Hier wird etwas völlig Neues auf den Markt gebracht. Durch die Kombination von Merkmalsketten unterschiedlicher Dienstleister mit ihrem jeweiligen Spezialknowhow schaffen wir eine Selektionstiefe, die ihresgleichen am Markt sucht. Und das für Postadressen genauso wie für die eMail- oder Mobile-Kampagne.“ „Gerade für Markenartikler aus dem Konsumgüter- oder Automobilbereich sind die neuen Segmentationsmöglichkeiten ein wichtiger Erfolgsfaktor“, erklärt Michael Hoffmann, ebenfalls Mitbegründer und Geschäftsführer von permissiongate. „Auch die Ausschlussmöglichkeit verschiedener Gruppen, wie z.B. Werbeverweigerern, verbessert die Kampagnen-Performance erheblich.“

www.permissiongate.de
www.dialoghaus.com
www.microm-online.de
www.dm-c.net

Über permissiongate

Die permissiongate GmbH wurde im Juli 2007 als Joint Venture mehrerer Direktmarketing-Agenturen gegründet. Die Gründungsmitglieder verfügen gemeinsam über mehr als 25 Jahre Erfahrung im eMail und Direktmarketing. permissiongate.de ist eine webbasierte Plattform zur Vermarktung von unique Adressdaten für Direktmarketing-Kampagnen. Das Leistungsspektrum umfasst die Bereiche eMail Stand-Alone Kampagnen, Telemarketing, Mobilemarketing und Postmarketing.

Pressekontakt:

permissiongate – unique contacts
Corinna Rademacher
Bussardstr. 5 – 82166 Gräffeling
cr@permissiongate.de – www.permissiongate.de
Tel. +49 (0)89 / 52 03 20 78 – Fax +49 (0)89 / 54 80 46 89