



PRESSE-INFORMATION

DATUM Wiesbaden, 6. November 2014

KONTAKT datagraphis GmbH
 Ostring 13, 65205 Wiesbaden-Nordenstadt
 Nina Isabel Dietz, Leitung Unternehmenskommunikation
 +49 176 10 22 19 67, nina.dietz@datagraphis.de

Vorstellung des neuen dataroom Marketingportals für die Fördergemeinschaft Gutes Hören

Pünktlich zum 59. Internationalen Hörgeräteakustiker-Kongress launchte das dataroom Entwicklerteam der datagraphis GmbH das neue Web-to-Print-Marketingportal für die Fördergemeinschaft Gutes Hören (FGH). Mithilfe dieses Onlineportals können alle Partnerakustiker der FGH zahlreiche Werbemittel für den eigenen Betrieb individualisieren und direkt bestellen.

Das Portal wurde Mitte Oktober auf dem Branchenkongress in Hannover vorgestellt. Auf dem Stand der FGH konnten sich die Partner über alle Benutzerfunktionen informieren. Christopher Lindlohr, Projektleiter des dataroom Entwicklerteams, erklärte den Besuchern die Funktionen vor Ort.

„Die Einführung des Marketingportals ist für die FGH eine neue Form der Unterstützung seiner Partner“, sagt Lindlohr, „bisher konnten die Partner der FGH ihre Werbemittel nur mit Adressaufklebern oder Firmenstempeln versehen. Jetzt können sie ihr Material komplett auf sich anpassen und produzieren lassen.“

Die FGH betreut deutschlandweit rund 1500 Meisterbetriebe im Bereich Hörakustik. Durch vielfältige Aktions- und Marketingunterstützung sorgt die Gemeinschaft für Aufklärungsarbeit über gutes Hören und stärkt die Kommunikation seiner einzelnen Partner.

Zu dieser Unterstützung zählt vor allem die Bereitstellung von Werbemitteln und Informationsflyern. Bisher konnten die Partner diese telefonisch oder via E-Mail bestellen, und erhielten einen fertigungsgedruckten Flyer, den sie mit ihrer eigenen Firmenadresse bekleben oder bestempeln mussten. Mit der Einführung des neuen Online-Marketingportals ist ab sofort eine bessere Individualisierung möglich. Infobroschüren, Werbeflyer, Gutscheinvorlagen oder Plakate – jeder Partner erhält seinen eigenen

Zugang, kann sich die Werbemittel frei auswählen und dann mit den eigenen Firmeninformationen individualisieren.

Nicht nur die Platzierung des eigenen Firmenlogos ist möglich; individuell können auch Textpassagen oder einzelne Bilder ausgetauscht werden, beispielsweise um eigene Fotos aus dem Betrieb oder der Mitarbeiter zu verwenden. Alle hochgeladenen Bilder werden in einer eigenen Benutzerdatenbank gespeichert.

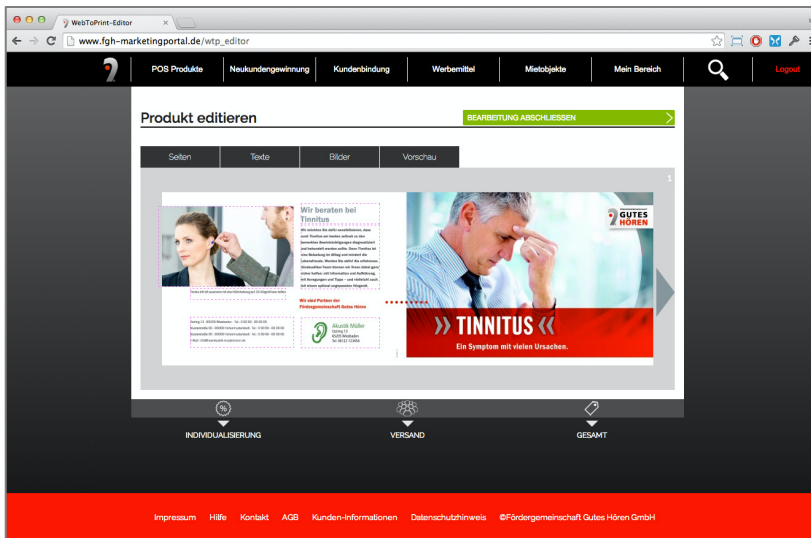
Die fertig bearbeiteten Werbemittel können sofort bestellt werden. Die Daten werden mit der Bestellung automatisch an die Druckerei übermittelt. Nach wenigen Tagen Produktionszeit werden die Drucksachen an die gewünschte Adresse geliefert.

Einige der Werbemittel können auch direkt per Postwurfsendung an ausgewählte Haushalte verteilt werden. Mit Eingabe der gewünschten Postleitzahlengebiete erhält der FGH Partner die genaue Anzahl der erreichten Haushalte, eine Kartenansicht auf Google Maps und die dazugehörigen Versandkosten. Eine Schnittstelle direkt zum Postwurf-Service der Deutschen Post ermöglicht diese Berechnungen und danach auch den direkten Auftrag.

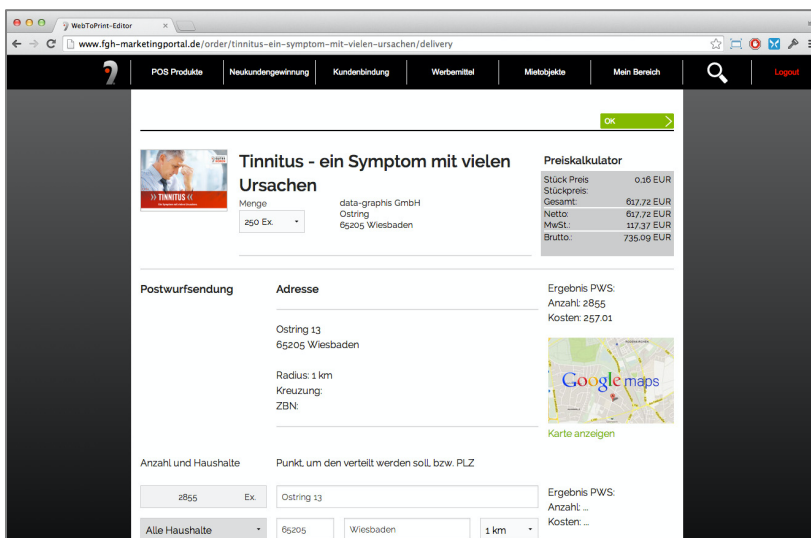
dataroom hat besonderen Wert auf die Benutzerfreundlichkeit des Portals gelegt. Die Werkzeugpalette zur Individualisierung der eigenen Werbemittel ist leicht zu verstehen. Der anschließende Bestellvorgang ist gut strukturiert, Druck- und Versandpreise sind sehr übersichtlich dargestellt. Der Hörakustiker wird zügig und sorgfältig durch das Portal geführt. Sofern ein Partner nicht intuitiv durch das Portal findet, kann er sich ein Video-Tutorial anschauen, das die Bedienung des Portals Schritt für Schritt erklärt.

Die Entwicklung des Marketingportals nahm in etwa ein halbes Jahr in Anspruch. dataroom legte mit der FGH die Individualisierungs- und Bestellabläufe genau fest. Die Vorlagen aller FGH Werbemittel wurden in das Portal eingelesen, Produktinformationen und Produktionspreise wurden ergänzt. Auch Give-aways oder spezielle FGH Mietobjekte für Aktionstage können vom Partner im Portal bestellt werden.

Bilder auf Seite 3 >>



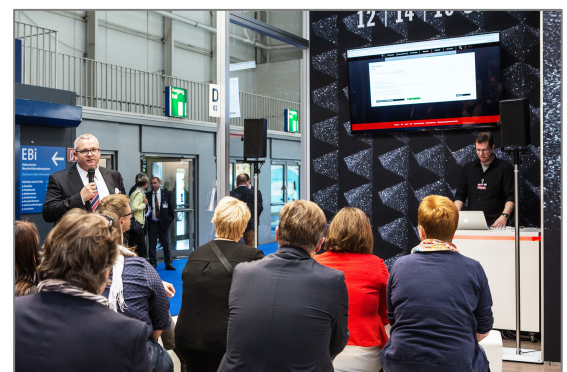
Auf die Nutzerfreundlichkeit wurde großen Wert gelegt – mit wenigen Klicks gelangt der FGH Hörakustiker zu seiner individualisierten Broschüre.



Vor der finalen Bestellung werden die Preise und Versandparameter gut strukturiert zusammengefasst.



Christopher Lindlohr, Projektleiter dataroom, präsentierte das neue Portal den Besuchern auf dem Internationalen Hörakustikerkongress in Hannover.



Christian Hastedt, Geschäftsstellenleiter der Fördergemeinschaft Gutes Hören, moderiert die Präsentation seines neuen Marketingportals an.