



prdienst.de® ist seit 1998 als ebenso leistungsstarke wie ideenreiche Agentur bekannt. Das zehnköpfige Team bietet über das vollständige Leistungsspektrum einer klassischen PR-Agentur hinaus weit reichende Kenntnisse und Erfahrungen auf dem Feld der Online-PR und PR.2.0

E-Mail-Marketing seriös positioniert

E-Mail-Marketing und Adressdatengewinnung haben keinen guten Ruf. Sich im Haifischbecken der Adressdatenunternehmen als seriös und leistungsfähig zu positionieren, neue Kunden und mehr Partner zu gewinnen, ist das Anliegen von McCrazy.

Das Unternehmen

Die McCrazy GmbH ist eines der leistungsfähigsten E-Mail-Marketingunternehmen Deutschlands. Hauptgeschäftsfelder sind die schnelle Generierung von Zehntausenden E-Mail-Adressen in wenigen Tagen, Gewinnspielmarketing, Co-Registrierungen sowie Adressvermietung. Das Unternehmen besteht seit zehn Jahren, verfügt über zahlreiche Kundenreferenzen und viel Erfahrung. McCrazy pflegt aktive Mitgliedschaften in allen wichtigen Fachverbänden.

Die kommunikative Aufgabenstellung

Das 10-jährige Unternehmensjubiläum nimmt McCrazy zum Anlass, kommunikativ durchzustarten, und beauftragt prdienst.de mit einem Kommunikationskonzept. Bisher wurde keine gezielte Öffentlichkeitsarbeit betrieben, doch jetzt will McCrazy sich einen guten Namen machen. Hauptzielgruppe sind Unternehmen, die Adressen kaufen oder mieten, um aktiv E-Mail-Marketing zu betreiben. Zweite Zielgruppe sind Affiliates, die über Partnersites die Internetnutzer auf die aktuellen Gewinnspiel- und Aktionsseiten lenken.

Der Lösungsansatz

Wir positionieren McCrazy gegenüber den Fachmedien als Top-E-Mail-Adressunternehmen sowie als „alten Hasen“ im Bereich Adressgenerierung und E-Mail-Marketing. Wir verbreiten Pressemitteilungen, lancieren Fachartikel und schalten Anzeigen. In der Pressearbeit und in der Gesamtkommunikation heben wir das Alleinstellungsmerkmal „rechtskonforme Adressdatengewinnung“ hervor und positionieren Mitgründer und Geschäftsführer Stefan Appenrodt als Experten. Für die Branchenmesse Online-Marketing-Düsseldorf (OMD) 2008 planen wir einen auffälligen Auftritt, den wir mit dem Jubiläum unmittelbar verknüpfen.

Für die Zielgruppe Affiliates erstellen wir einen eigenen Marketingplan und entwickeln die Idee für ein Gewinnspiel zum Jubiläum: Jubelgewinne.de.



MITGLIED IM
B V D W
BUNDEVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT

DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND

DPRG
DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT E.V.

Case Study McCrazy.de

Die Umsetzung

Für die Pressearbeit legen wir Grundlagen mit Basispressemittteilung, Hintergrundinformationen, Fotos, professionellem Online-Pressebereich und einem qualifizierten Fachpresseverteiler. Wir gestalten eine kleine aber auffällige Anzeige und einen kostenoptimierten Anzeigenplan.

Fachlich punkten wir mit Know-how: Speziell zur OMD veröffentlicht McCrazy eine Studie mit Aussagen zu aktuellen Trends, Marketingwahrheiten, Erfahrungen und Auswertungen aus dem eigenen Business. Unser Thema „Lebenszyklus einer E-Mailadresse“ bieten wir den Redaktionen telefonisch an: Es wird von zahlreichen Fachpublikationen aufgegriffen. Erwartungsgemäß signalisieren uns die Journalisten, dass sie für weitere interessante Fachbeiträge dieser Art stets ansprechbar sind. Nicht nur bei diesen punkten wir später im Jahr mit Fachbeiträgen zum Thema „Seriose Adressdatengewinnung“.

Den Messeauftritt gestalten wir mit den inzwischen bekannten Anzeigenmotiven plakativ. Zudem entwickeln wir ein Maskottchen: Der personifizierte „McCrazy“ sorgt auf der OMD im Schottenlook an einem Glücksrad für lange Schlangen und bildet ein gelungenes Fotomotiv für die Medien.

Intensive B2B-PR für Affiliates

Die Gewinnspielseite Jubelgewinne.de machen wir über die einschlägigen Szene-Kanäle bekannt. Einführend sorgen wir für Aufmerksamkeit: Jeder neue Affiliate erhält zum Spielbeginn ein auffälliges Mailing mit Goodies, McCrazy führt Nachfasstelefonate. Mit gestaffelten Mitteilungen und Aktionen halten wir McCrazy innerhalb der ersten drei Monate kontinuierlich im Wahrnehmungskreis der Betreiber von Partnerprogrammen; Top-Affiliates erhalten weitere Incentives.

Über unseren agentureigenen Newsdienst affiliatepr.de® verbreiten wir regelmäßig Sonderaktionen, um die Affiliates zu reaktivieren, zeitlichen Druck zu erzeugen und neue Partner zu gewinnen. Unsere guten Kontakte in die Affiliate-Szene ermöglichen Fachbeiträge und Interviews in den Fachmedien und -newslettern, die Stefan Appenrodt als glaubwürdigen Partner positionieren und Jubelgewinne.de viel Aufmerksamkeit verschaffen. Wichtige Affiliates erhalten vor der OMD ein Mailing mit Incentive sowie eine Messeeinladung.



MITGLIED IM
B V D W
BUNDEVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT

DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND

DPRG
DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT E.V.

Case Study McCrazy.de

Das Resultat

Nach einem Jahr haben wir McCrazy vom Geheimtipp zum bekannten Top-Unternehmen der Branche hochkommuniziert. Die Anzeigenschaltung und ein sehr auffälliger Messeauftritt haben die Marke bekannt gemacht und ertragreiche Kontakte erzeugt. Unsere Fachartikel und -beiträge zu den Fachthemen haben zahlreiche Medien gedruckt; der Anzeigenäquivalenzwert beträgt 57.500 Euro, die Reichweite über 750.000. In allen wichtigen Fachmedien ist Stefan Appenrodt als Experte in Fachartikeln zur Sprache gekommen. Er zählt bereits zum Expertenstamm eines Branchenmagazins und wurde von Kunden und Neukunden auf seine Fachartikel angesprochen.

Besonders erfreulich hat sich die Affiliate-Strategie entwickelt. An die Partner von jubelgewinne.de wurden rekordverdächtige Provisionen ausgeschüttet, denn sie leiteten rund 2,3 Millionen Interessenten auf die Webseite.

Fazit: Innerhalb eines Jahres kann ein Unternehmen vom No-Name zur bekannten Marke werden. Stimmen Themen und Textqualität, lassen sich die Fachmedien gern als Multiplikatoren gewinnen. Unterschiedliche Zielgruppen bedürfen einer gezielten Ansprache mit kreativen Ideen, die nicht viel kosten müssen.

Gerne stellen wir uns neuen Herausforderungen und freuen uns, auch für Ihr Unternehmen erfolgreich zu arbeiten. Kontaktieren Sie uns unter Freecall 0800 PRDIENST oder kontakt@prdienst.de

Weitere Case Studies finden Sie unter www.prdienst.de/case-studies/