



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

Ein Start-up nimmt Fahrt auf und umschifft Kritik

Mit einem innovativen Konzept und gut durchdachten, aufeinander aufbauenden PR-Aktionen macht sich das Start-up Smartdex.de auf dem umstrittenen Adressdatenmarkt schnell einen guten Namen. Wichtige Veröffentlichungen und steigende Nutzerzahlen sind die Folge.

Das Unternehmen

Die Smartdex GmbH launcht im August 2007 einen neuartigen Online-Marktplatz, der aktuelle Direktmarketingadressen und Informationen von Ansprechpartnern unterschiedlicher Ebenen anbietet. Die Besonderheit: Das Portal ermöglicht ein Tauschen und Handeln der Kontaktdaten. Die Generierung der Adressen basiert auf dem Prinzip des User Generated Contents – die Nutzer stellen ihre Adresslisten selbst ein und rufen bei Bedarf Geschäftskontakte von anderen Usern ab. Nutzer, die keinen Content stellen, profitieren von einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis.

Die kommunikative Aufgabenstellung

Vor allem für Marketingverantwortliche und Vertriebsexperten sind aktuelle Firmenadressen und Ansprechpartner aus den mittleren Managementebenen von großer Wichtigkeit. Zum Launch verfügt die Plattform allerdings erst über einen sehr geringen Datenbestand. Die primäre Aufgabe lautet daher, Nutzer zu gewinnen, die Adressdaten aus ihren Karteien eingeben und somit die Datenbasis aufbauen. Sekundär sollen auch potentielle Adressdatenkäufer auf die Plattform aufmerksam werden.

Problematisch sind das Geschäftsfeld Adressdatenhandel und die Komplexität des Geschäftsmodells. Weitere zentrale Aufgaben lauten daher: Komplexität reduzieren und Vorurteilen aktiv entgegenwirken. Nicht nur wegen des eng gesteckten finanziellen Rahmens als Start-up hält Smartdex den Einsatz von gezielten PR-Maßnahmen daher für den besten Weg, um seine Ziele zu erreichen.

Der Lösungsansatz

Zur Bekanntmachung des Online-Marktplatzes empfehlen wir eine zweistufige Einführungs-Aktion, die die Interessen und Perspektiven beider Zielgruppen berücksichtigt. Wegen des sensiblen Geschäftsfeldes raten wir dazu, das Konzept von Smartdex möglichst transparent zu kommunizieren um möglichen Kritikern von vornherein den Wind aus den Segeln zu nehmen. Dazu zählt auch der Einsatz einer Infografik, die die Funktionsweise von Smartdex veranschaulicht und Journalisten das Prinzip auf einen Blick verständlich macht. Gleichzeitig reduzieren wir damit die wahrgenommene Komplexität der Plattform.



MITGLIED IM
B V D W
BUNDESVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT

DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND

DPRG
DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT E.V.

Case Study smartdex.de

Die Umsetzung

Für den nach unserer Beratung eingerichteten Online-Pressbereich erstellen wir u.a. einen sogenannten Backgrounder, der alle wichtigen Informationen über Smartdex enthält und das Geschäftsmodell unter Einsatz der Infografik in einfachen Worten erklärt.

Für die Kampagnen wählen wir mehrere Kommunikationskanäle. Im Vorfeld erstellen wir einen individuellen Presseverteiler mit den relevanten Fachredaktionen für Marketing, Vertrieb und Human Resources. Ferner recherchieren wir die direkten Ansprechpartner beispielsweise von Kunden- und Mitarbeitermagazinen von Berufsverbänden, Communities und Foren. Diese Mittler erhalten die Pressemitteilung in einer individualisierten E-Mail. Um den medialen Aufmerksamkeitswert noch zu erhöhen, wird die Pressemitteilung über einen auf Online-Themen spezialisierten Themendienst verbreitet. Ergänzend werden über einen weiteren Newsdienst rund 6.500 Journalisten erreicht, die für die Themenbereiche „Wirtschaft“ und „Internet“ akkreditiert sind.

Das Herzstück der Aktion bilden aber Redaktionstelefonate mit den wichtigsten Schlüsselmedien, in denen das Unternehmen und seine Plattform umfassend vorgestellt werden.

Das Resultat

Insbesondere die relevanten Fachmedien werden durch die direkten Redaktionskontakte auf Smartdex aufmerksam und es kommt zu ersten wichtigen Veröffentlichungen in renommierten Fachtiteln wie OnetoOne, direkt marketing, Kontakter, Internet World Business, absatzwirtschaft und Akquisa. Darüber hinaus berichten etliche Blogs über den Online-Adressmarktplatz. Lohn der überlegten Kommunikation: Kritische Berichte blieben aus.

Die starke Medienpräsenz nach dem Launch hat Smartdex vom Start weg ein gutes Image als Innovator gegeben, neue Partnerschaften ermöglicht und zum Geschäftserfolg beigetragen.

Fazit: Ein innovatives Angebot kombiniert mit gut überlegter Pressearbeit führen zum Erfolg – auch ohne großes Budget.

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/