

Kanäle und Reichweiten

AZ Consumer-Adressen
AZ Listbroking Services
POSTWURFSPEZIAL

Mehr Power für Ihre Neukundengewinnung

**Potenziale für die zielgruppenoptimierte
Neukundengewinnung per Direct Mail**
Postalische voll- und teiladressierte Werbung

Potenziale für die zielgruppenoptimierte Neukundengewinnung per Direct Mail

Die postalische voll- und teiladressierte Werbung per Direct Mail nimmt heute wieder mehr und mehr eine wichtige Rolle im Multi-Channel-Marketing vieler Unternehmen ein. Hierfür bietet AZ Direct Ihnen alle erforderlichen Zielgruppenpotenziale – unterstützt durch ein deutschlandweit einzigartiges Spektrum adressqualifizierender Merkmale zur deutschen Bevölkerung aus dem Audience-Targeting-System AZ DIAS.

AZ Consumer-Adressen

- ✓ Mehr als 37 Millionen Adressen für Ihre volladressierte Neukundengewinnung
- ✓ Selektion nach Ihren Zielgruppenvorgaben oder vorgeschalteten AZ Kundenprofilanalysen
Basis: mehr als 600 adressqualifizierte Profilverinformationen zu Soziodemografie, Psychografie, Konsumeigenschaften, Lebensphasen, Lage / Geodaten u.v.m.
datenschutzkonforme, anonymisierte Verarbeitung der Daten durch den Einsatz des patentierten Data Secure^{TP}-Verfahrens gewährleistet
- ✓ Ausreichendes Potenzial auch bei feinsten Regionalselektionen
- ✓ Problemlos integrierbar in Multi-Channel-Kampagnen – mit begleitenden E-Mail- und Display-Kampagnen sogar an einen Großteil derselben Adressdaten

AZ Listbroking Services

- ✓ Mehr als 350 Millionen Adressen, verteilt auf ca. 2.600 Adresslisten u.a. aus Versandhandel, eCommerce-Umfeld und Verlagen
- ✓ Exklusivvermarkter – u.a. für den gesamten Klingel-Konzern und Weltbild
- ✓ Tiefe Selektionsmöglichkeiten – u.a. nach letztem Kauf, durchschnittlichem Einkaufswert, Einfach- oder Mehrfachkäufern, Produktschwerpunkten/-gruppen
- ✓ Mehrere Adressbestände von Kooperationspartner werden durch die AZ Direct treuhänderisch verwaltet

POSTWURFSPEZIAL

- ✓ Teiladressierte Neukundenwerbung an mehr als 75 % aller deutschen Haushalte
- ✓ Zielgruppengerechte Ansprache wie beispielsweise „An die Weinliebhaber“ oder „An die Energiesparer des Hauses“
- ✓ AZ DIAS-optimierte Gebäudeauswahl für die Werbeansprache, orientiert an Ihren Zielgruppenvorgaben oder vorgeschalteten AZ Kundenprofilanalysen mit Berücksichtigung der um Werbeverweigerer bereinigten Verteilmengen der Deutschen Post

**Gehen Sie mit uns in den Dialog –
wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen!**