

TEASER

Dialog Marketing Report 2020

WIEN. Auch in Coronazeiten steht die Welt nicht still. Deshalb wird im Juni die siebente Ausgabe des Dialog Marketing Reports von der Österreichischen Post veröffentlicht, der aktuelle Insights zur Auswirkung der Covid-19-Krise auf die werbenden Unternehmen und den Werbekonsum durch die Konsumenten zeigen wird. Außerdem im Report: Welche Werbekanäle nutzen Unternehmen für welche Ziele? Und welche neuen Einblicke gibt es im Bereich der Kundenbindungsprogramme?



© Österreichische Post

DATA COMPLIANCE DAY

**Stolperfälle
Datenschutz**

WIEN. Am 17. Juni organisiert der Dialog Marketing Verband den Digital Data Compliance Day, um auf Datenschutz-Stolperfallen bei Online-Marketing, Webshops und Homeoffice aufmerksam zu machen. Coronabedingt findet die Veranstaltung als Online-Konferenz statt. Alle Infos unter: dmvoe.at/events



© Sellinxx

Und die Nähe bleibt erhalten

Mit den Distance Promotions hat Sellinxx sein Angebot krisenfit gemacht – Kundennähe trotz Distanz.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Die Corona-bedingten Einschränkungen der letzten Wochen haben viele Branchen hart getroffen. Besonders betroffen waren unter anderem Promotionaktivitäten, weil sich dort persönlicher Kontakt nur schwer in digitale Sphären verlagern lässt. Seit 1. Mai gibt es nun das behördliche OK, wieder mit Promotionaktivitäten im öffentlichen Raum zu starten. Sellinxx hat sich auf die aktuelle Situation eingestellt und seine Dienstleistungen um entsprechende Schutzmaßnahmen adaptiert.

Nähe trotz Distanz

Geschäftsführerin Sonja Friedl ist überzeugt, dass die Angebote gut angenommen werden: „Die Leute sehnen sich nach Normalität. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, zu zeigen, dass man

verlässlich da ist, informiert und zur Verfügung steht.“ Von Plexiglas-Boxen mit betreutem Distance-Selfsampling, Flyerspendern bis hin zu Stand Alones im öffentlichen Raum wie Mobile Poster, Plakate, Flashmobs oder

Installationen reicht das Angebot von Sellinxx. Gerade jetzt sollten Unternehmen an die Markenpräsenz denken; Friedl: „Nach dem Re-Start in Verkauf und Dienstleistung ist es ganz wichtig, jetzt rasch wieder Markenpräsenz zu zeigen, Produkte zu promoten, zu verkosten und zu verkaufen.“

”

Aus den derzeit noch vorherrschenden Social Distance-Maßnahmen lassen sich mit Kreativität auch positive Zugänge entwickeln.

Sonja Friedl
Geschäftsführerin
Sellinxx

“

Positive Innovationen

Entsprechender Abstand und der obligatorischen Mund- und Nasen-Schutz machen auch Face-to-Face und Sales-Einsätze wieder möglich. POS-Beratungen und -Verkäufen steht also nichts mehr im Weg. „Aus den derzeit noch vorherrschenden Social Distance-Maßnahmen lassen sich mit Kreativität auch positive Zugänge entwickeln. Zum Beispiel mit unserem Tasting-Express, der Samples kontaktlos ‚zustellt‘ und gleichzeitig emotionalisiert“, führt Friedl aus.