

THE SKY IS THE LIMIT

DER PREFLIGHT- CHECK ZUM START VON PILOT- PROJEKTEN IM PROGRAMMATIC PRINTING

von Gerhard Märtterer



Der beste Weg, vollindividualisierte Printprodukte zu testen, ist ein eigenes Pilotprojekt. Die Zeit ist da: Alle Komponenten fürs Programmatic Printing sind ausgereift und einsatzbereit, die Startbahn ist freigegeben. Wenn Sie fünf Punkte beachten, wird Ihr Probeflug gelingen.

1

Love or leave

Die Gewissensfrage

Befürwortet Ihre Geschäftsleitung ein Programmatic-Print-Pilotprojekt? Gibt sie Ihnen die Zeit und das Geld, welche Sie brauchen, um neues Terrain zu erkunden? Haben Sie einen Dienstleister, der für Ihr Pilotprojekt brennt?

3

Talk & listen

Die Lotsenfrage

Reden Sie mit möglichen externen Lotsen: Dienstleister mit One-to-One-Erfahrung im Zusammenspiel von Analytics, Prepress, Daten, Digitaldruck und Workflow. Bilden Sie sich Ihre eigene Meinung. Vielleicht ist der Erstbeste nicht gleich der Richtige. Wenn Sie sicher sind, dass der Lotse zu Ihnen passt, können Sie loslegen.

START
>>>

2

Think & focus

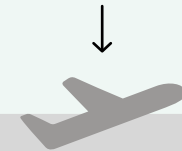
Das Teambuilding

Überlegen Sie: Wen brauchen wir im Team – von intern, von extern? Mischen Sie Leute mit Erfahrung mit solchen, die heiß darauf sind, dazuzulernen. Leute mit einem 360-Grad-Blickwinkel, die ganzheitliche Lösungsansätze verfolgen können und das Big Picture des Omnichannel-Marketings im Kopf haben. Sie helfen Ihnen, beim Fokussieren aufs Wesentliche.

4

Try & test Heben Sie ab!

Sie haben alle Freiheiten – dies ist ein Testflug! Sie können festlegen, welche Zielpersonen Sie in welcher Phase des Sales Funnels mit welchen Botschaften zu welchen Conversions bringen wollen. Beginnen Sie mit niedriger Flughöhe. Fokussieren Sie auf Teilzielgruppen mit einer einfach zu messenden Zielvorgabe. So lernen Sie zunächst die Basics der variablen Datenkommunikation kennen. Welche KPIs wollen Sie erreichen und messen?



5

Tune up Bleiben Sie oben!

Sobald Sie in Übung sind, werden Sie variieren, testen, messen, vergleichen und sich kontinuierlich verbessern dank der Erfahrungen aus A/B-Tests. Sie werden lernen, wie Marketing auf der Route des Programmatic Printing funktioniert: **The Sky is the Limit!**



Arbeitsgruppe Pilotprojekte

Unter dem Dach des Fachverbands Medienproduktion (f.mp.) hat sich eine Expertengruppe gebildet, die Product Engineering fürs Programmatic Printing vorantreibt. Der Schwerpunkt liegt auf Pilotprojekten. Das Spektrum reicht von Handlungsanweisungen, White Papers sowie fachlichem Rat und Tat bis hin zu temporärem Projektmanagement und der Vermittlung von Spezialisten.

Kontakt: Rüdiger Maaß, r.maass@f-mp.de, <https://www.print-digital.biz/experten>