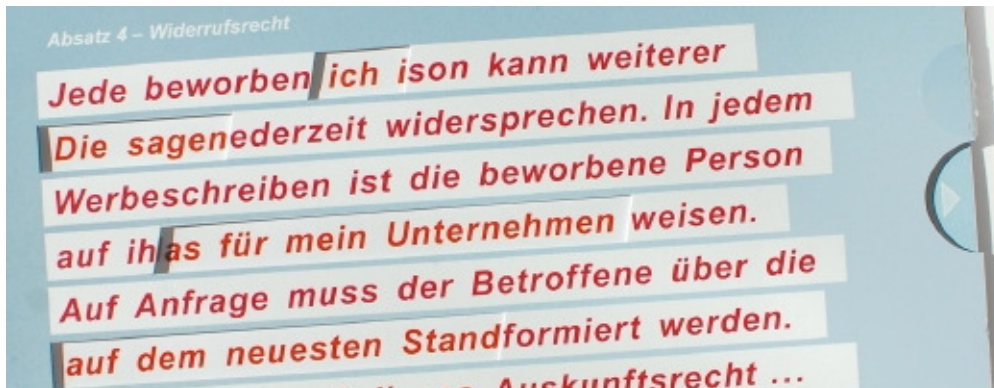


GKK sucht neue DDV-Mitglieder



Auch visuell wird dem Empfänger des Mailings die Leistung des DDV verdeutlicht: Das Mailing zeigt zunächst einen verwirrenden Gesetzestext. Wird der Inhalt seitlich herausgezogen, verändert sich dieser Text und wird plötzlich verständlich.

Der Deutsche Dialogmarketing Verband (DDV) hat die Dialogagentur GKK mit der Akquise neuer Mitglieder beauftragt. Das Kreativ-Team unter der Leitung von Wolfram Schneider entwickelte zu diesem Zweck eine vierteilige Mailing-Strecke mit passender Landingpage. Knapp 15.000 ausgewählte Dienstleister und werbungstreibende Unternehmen der Dialogbranche werden damit über das Jahr verteilt angesprochen.

Im Mittelpunkt der Kampagne sollen die Vorteile des DDV stehen. Dabei fungieren branchenbekannte Testimonials als Überzeuger. Mitglieder berichten von eigenen positiven Erfahrungen, Vertreter aus dem DDV bieten Kostproben exklusiver Leistungen. Im ersten Mailing beispielsweise äußert sich das DDV-Mitglied Siegfried Dorner von der Druckerei Dorner Print Concept zum neuen Bundesdatenschutzgesetz. Dank der verständlichen Aufbereitung des DDV freut er sich über „Klartext“ statt „Paragraphensalat“ und sieht sich damit im Wettbewerb bestens gerüstet.

Auf der Landingpage werden interessierte Besucher persönlich begrüßt. Sie erhalten dort neben Infos und Mitgliedsantrag auch die Möglichkeit, kostenlos eine Rechtsfrage an den DDV-Rechtsexperten Hans-Jürgen Schäfer zu stellen. Laut CD Wolfram Schneider steht das Konzept für die nächsten drei Mailings bereits. Gemeinsam mit Julia Lottmann (Art) und Julia Diehl (Text) will er "mit überraschenden Mechaniken und klaren Aussagen den DDV von einer frischen, authentischen Seite zeigen".