

„365 TAGE MARKETING“

München, den 31. Januar 2011

„Immer 5 mehr“ –

Booming steigert Kampagnenerfolge mit „365 Tage statt 360 Grad“ Münchener Digital-Marketing-Experten reagieren auf veränderte Mediennutzung

Die Menschen nutzen immer mehr Medien. Nicht zuletzt aufgrund der stärkeren Verbreitung von Smartphones und mobilen Endgeräten verändert sich die zeitliche und räumliche Ansprache von Kunden. Communities, Chats und Foren sind allgegenwärtig. Die Omnipräsenz des Internets führt zu einer nachhaltig wachsenden Bedeutung des Online-Vertriebskanals und erfordert eine weitere Ausdifferenzierung der zielgruppengerechten Ansprache im digitalen Marketing. Mit ihrem crossmedialen Ansatz stimmen die Experten der Digital-Marketing-Agentur Booming sämtliche Maßnahmen exakt aufeinander ab und sorgen damit für die maximale Effizienz des eingesetzten Budgets.

Der ganzheitliche Ansatz umfasst nicht nur sämtliche Kommunikationskanäle, sondern ist auch darauf ausgerichtet, potenzielle Kunden während ihrer gesamten Mediennutzung im Tagesverlauf zu erreichen und ihnen interessante Produkte und nützliche Informationen zu präsentieren. Der Schlüssel zum Erfolg ist das so genannten **365-Tage-Marketing**, das von Booming bereits bei Projekten namhafter Kunden erfolgreich konzipiert und umgesetzt wurde. Dabei werden Kampagnen nicht länger als zeitlich begrenzte Bausteine einer umfassenden Marketing-Strategie wahrgenommen, sondern dienen vielmehr dazu, eine **intensive Kommunikationsbeziehung** zum Konsumenten zu entwickeln. Der Kunde wird durch ein exakt abgestimmtes und kontinuierlich optimiertes Media-Konzept, das der veränderten Mediennutzung Rechnung trägt, fortlaufend erreicht, wobei zielgruppenspezifische Anforderungen jederzeit Berücksichtigung finden – 365 Tage im Jahr eben.

Merkmale des 365-Tage-Marketings im Überblick:

- Social Media richtet sich nicht nach Kampagnenplanung.
- Kampagnen ergänzen bzw. unterstützen das Grundrauschen und den Dialog.
- In Social-Media-Umfeldern erreicht Booming interaktionswillige Konsumenten.
- Die Trennung zwischen „lean forward“ (online) und „lean back“ (TV) ist überholt. Konsumenten nutzen beide Medien gleichzeitig und es gibt auch zahlreiche „lean back“-Situationen im Web.
- Kommunikation muss sich an die jeweiligen Umfelder anpassen, um optimal abgestimmt zu sein. Die Herausforderungen für Kreation steigen damit dramatisch.

Wichtige Konsequenz für Werbekunden ist deshalb, eine ganzheitliche Betreuung aus einer Hand, die das durchgängige Tracking und die Aussteuerung der Performanceparameter anhand vordefinierter Leistungskennzahlen gewährleistet.



Zum Unternehmen Booming GmbH:

Die Booming GmbH ist eine Fullservice-Agentur für digitales Marketing. Das Unternehmen beschäftigt internationale Spezialisten aus allen Disziplinen des Online- und Performance-Marketings. Sie entwickeln für ihre Kunden innovative Lösungen und ganzheitliche Strategien in den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenmarketing (SEA), Affiliate Marketing, Display Advertising, TV und Social Media. Durch den Einsatz modernster Technologie und die eigens entwickelte Tracking-Lösung „T2P“ ist Booming in der Lage, Kampagnen in Echtzeit kanalübergreifend zu optimieren, Synergien zu nutzen und die Effizienz der eingesetzten Mittel zu maximieren. Booming ist ein Unternehmen der Holtzbrinck Digital GmbH.

Weitere Informationen erhalten Sie auch unter:

www.booming.de

Pressekontakt Booming:

Tanja Kalinowski

Adelgundenstraße 7

80538 München

Tel: 089/2000 452-0

Fax: 089/2000 452-99

E-Mail: presse@booming.de