



Digitale Events werden hybrid: Mit DigiGifts® nachhaltig und zeitgeisty Corporate Gifts oder Produktmuster ins Home-Office senden.

Ab jetzt alles digital?

Kundenbindung neu gedacht über einen Link, der Online-Events persönlicher macht und Mehrwert schafft.

München, 11. Februar 2021. Digitale Events sind zum Alltag geworden. Online-Konferenzen, Produktpräsentationen, Messen – alles gut und schön: Doch wo bleibt der persönliche Händedruck, das haptische Ausprobieren von Produkten, das Gläschen Wein mit Geschäftspartnern am Ende der Veranstaltung? DigiGifts® kann das nicht ersetzen, bietet aber Alternativen, mit denen der Veranstalter mit Sicherheit Sympathiepunkte sammelt und vielleicht noch mehr.

Unternehmen haben aktuell das Problem, ihre Zielgruppen direkt, mit haptischen Produkten zu erreichen, einen emotionalen Fußabdruck zu hinterlassen, sie an ihre Marke zu binden oder neu zu gewinnen. Mailings senden? Eine gute Idee. Aber der Datenschutz lässt es nur selten zu und nicht jeder findet es gut, unaufgefordert Post nach Hause zu bekommen.

Es ist Zeit zu machen, was andere nicht machen:

Denn die Begeisterung für Online-Events nimmt ab. Es sind einfach zu viele und die Sehnsucht nach der Normalität nimmt zu. Deshalb geht der Trend zu hybriden Veranstaltungen: digitale

Events - ergänzt um digitale Tools - mit denen man Muster, Geschenke, o.ä, zur Auswahl stellt.

Genau das ist jetzt mit DigiGifts® möglich: DigiGifts® ist ein Link, der zum Beispiel vor oder nach einem Event an die Teilnehmer gesendet werden kann. Klickt dieser drauf, landet er auf der Welcome-Page in der CI des Unternehmens. Von dort geht es weiter auf eine Produktseite, auf der beliebig viele Geschenke oder Produktmuster zur Auswahl stehen.

Klicken, auswählen, freuen.

Da gibt man gerne die eigene Lieferadresse an. Und freut sich auf den Postboten. Auch im Homeoffice.

Unternehmen profitieren von dieser besonderen Aufmerksamkeit in Zeiten, in denen wenig persönliche Ereignisse passieren. Die Möglichkeit, sich sein Geschenk auswählen zu können, ist besonders nachhaltig, denn die Menschen werden immer individueller und wer sich sein Geschenk aussuchen kann, nutzt es

dann auch wirklich. So lässt sich nebenbei viel Müll vermeiden.

Auch für Muster ist das Tool mit seiner Mehrfach-Auswahlmöglichkeit sinnvoll: Eine Art Online-Messe mit neuen Produktangeboten. Aber sind diese auch so lecker wie sie aussehen? Und qualitativ so gut wie präsentiert?

Unternehmen haben mit DigiGifts® nun die Möglichkeit, ihren virtuellen Messebesuchern den Link zu schicken und Produktmuster zur Auswahl zu stellen.

Welche Produkte für die Kunden dabei zur Auswahl stehen, wird im Vorfeld von den Unternehmen festgesetzt. Die Mailings können zudem auf Wunsch durch weitere Bestandteile, wie Prospekte oder personalisierte Karten ergänzt werden. Alles ist beim Fulfillment-Partner von ClouBerry hinterlegt. Geht eine Bestellung ein, wird binnen 24 Stunden versendet.

Über das Dashboard können Unternehmen schließlich ihre Kampagnen evaluieren: Wie viele Zielpersonen haben den Link geöffnet?

Wer hat wann, was und wieviel bestellt und die Sendung geliefert bekommen? DigiGifts® ist eine gute Möglichkeit, persönliche Akquisition zu betreiben, Kunden zu binden und Mitarbeitern eine Freude zu machen, die für das Unternehmen ihre Wohnung im Homeoffice bereitstellen. Und das unter strenger Einhaltung der DSGVO. Dazu lässt sich mit dem Dashboard auswerten, welche Corporate Gifts und Produktmuster am besten angenommen werden.

Die Produkte wählt das Unternehmen selbst aus: Entweder als Corporate Gift im ClouBerry-Shop, der spezialisiert ist auf nachhaltige und innovative Corporate Gifts von Startups, die die Welt verbessern. Oder es werden komplett eigene Werbemittel oder Produktmuster eingesetzt. Auch kein Thema. Für jeden Fall bietet ClouBerry ein faires Lizenz-Modell, die die Einrichtung der Landingpage, der Produkte, des Dashboards und den kompletten Full-Service beinhaltet. Ab 399 € kostet die Lizenz pro Kampagne.

Erste Kunden, die diesen Service bereits nutzen, sind u.a. Mercedes-Benz, MILK-Design, Statista, Immowelt.

Pressekontakt:

ClouBerry GmbH

Nathalie Welle

nathalie@clouberry.com

+49 176 41 743 968



