

Case Study | Audi

Individuelles Servicemailing –
hohe Druckqualität, kürzeste Time-to-Market



Der Audi-Konzern mit seinen Marken Audi, Ducati und Lamborghini ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premiumsegment. Er ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 16 Standorten in 11 Ländern. Zurzeit arbeiten weltweit 90.000 Menschen für das Unternehmen, davon 60.000 in Deutschland.

01

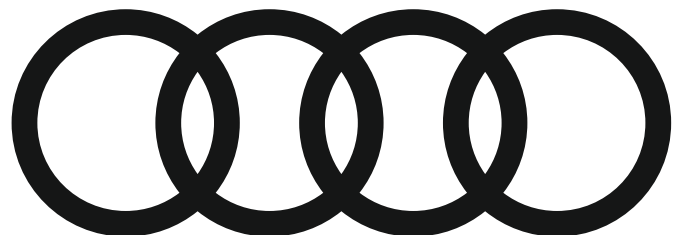


DIE HERAUSFORDERUNG

Im Rahmen des Frühjahrservice schrieben die Autohäuser ihre Kunden an, um Servicetermine zu generieren. Hierbei sollte mit textlichen Individualisierungen und auch mit farbig variablen Produktabbildungen geworben werden. Es wurden z. B. Zubehörartikel für das jeweilige Fahrzeug des Mailingempfängers angeboten. So galt es hohe Variabilität in Text und Bild mit kurzer Produktionszeit, in einer für hochvolumigen Digitaldruck überdurchschnittlichen Qualität zu produzieren.

Zentrale Herausforderungen

- Hoher Individualisierungsgrad in Text und Bild
- Großes Druckvolumen in exzellenter Qualität
- kurze Produktionszeit



02



DIE LÖSUNG

Als eines der führenden Unternehmen im Dialogmarketing verfügt Paragon über umfassende Direct Mail Expertise und Technologien. Beste Voraussetzungen für das Audi Frühjahrs mailing mit seinen hohen Anforderungen.

Das individualisierte Mailing bestand aus 3 Elementen:

Adressierte Versandhülle (mit dem jeweiligen Autohaus als Absender, der Empfängeradresse und einer Headline mit Bezug auf den jeweiligen Fahrzeugtyp), **12-seitiges Booklet** (mit individuellen, auf den Fahrzeugtyp abgestimmten Produktangeboten) und einer **Klappkarte** (mit individuellen Text- und Bildelementen), auf der das Booklet namensgleich aufgespendet wurde.

Die Klappkarte und das Booklet wurden im Rollendigitaldruck gedruckt. Mittels einer neu entwickelten Precoating-Anwendung wurde das gestrichene Offset-Bilderdruckpapier vor dem Druckprozess für den Inkjetdruck vorbehandelt. Dadurch wird eine vergleichbar hohe Qualität wie bei klassischem Offsetdruck erreicht.

Eine besondere Herausforderung stellte die Weiterverarbeitung aufgrund der hohen Auflage und des kurzen Timings dar. Das Booklet musste sammelngeheftet und namensgleich auf die Klappkarte aufgespendet werden. Anschließend erfolgte die ebenfalls namensgleiche Kuvertierung mit der personalisierten Versandhülle. Auch das Aussteuern von nachträglichen Werbeverweigerern war Bestandteil der Anforderung. So wurde in manueller Tätigkeit aus den bereits fertig kuvertierten Sendungen noch einmal ein Aussteuern von Mailings vorgenommen. Hierbei handelte es sich schwerpunktmäßig um Werbeverweigerer, die nach der Selektion entstanden waren, oder vom Händler aus anderen Gründen nachgemeldeten Fahrzeughaltern.

**Haben wir euer Interesse geweckt?
Sprechen wir darüber:**

T: +49 9431 620-194

E: dialog@paragon-cc.de

www.paragon.world/de

03



DAS ERGEBNIS

Die Vollfarbindividualisierung im Kontext des Frühjahrs servicemailings ermöglichte jedem Händler einen hohen Individualisierungsgrad in Text- und Bildelementen. So wurden beispielsweise individuelle Cross-Selling-Angebote, wie Zubehörteile passend zum jeweiligen Fahrzeugtyp, mit individuellen Produktabbildungen dargestellt. Das vollindividualisierte Mailing konnte in der Auflage von 760.000 Stück in sehr knapper Produktionszeit von 22 Arbeitstagen ab Dateneingang realisiert werden.



04



DIE VORTEILE

- Hoher Individualisierungsgrad durch automatisierte Datenaufbereitung und Einsatz von Rollendigitaldruck
- Durch Precoating des Papiers vergleichbar hohe Druckqualität wie im Offsetdruck
- Kurze Time-to-Market – auch mit manuellen Arbeitsschritten – gewährleistet