

Interaktives City-Light-Poster (iCLP)

STRÖER

out of home media

Konvergenz durch Partnerschaft

Deutsche Post



Interaktives City-Light-Poster (iCLP)





Funktion:

Der Interessent wird am Plakat mittels Handy-Schnittstelle in einen Dialog eingebunden.

- Erhöhung der Wahrnehmung
- Dialogfähigkeit am Werbeträger
- Vertiefung der Informationen und Follow-Up
- Intensivierung der Werbewirkungskette

▶ Zusammenführung von Außenwerbung und Mobile Marketing.

STRÖER

out of home media

Konvergenz durch Partnerschaft

Deutsche Post 



Nutzen:

Verbindung des Reichweitenmediums Plakat mit einem Dialogmedium.

- Erreichen von Mobile-Usern in einer Wartesituation
- Digitales Couponing an handelsnahen Standorten
- Holt Interessenten von der Straße in digitale Plattform

▶ Neue Nutzungsmöglichkeiten für Werbetreibenden werden erschlossen.

STRÖER

out of home media

Konvergenz durch Partnerschaft

Deutsche Post 

iCLP – Success Cases

Einsatz des iCLP: Otto Weihnachtskampagne



- Bundesweiter Einsatz an Bahnhöfen
- Promotion eines Weihnachtsgewinnspiels
- Zusendung eines Gewinnspielcodes zur Einlösung im Internet

iCLP – Success Cases

Bundesweite Begleitung des Filmstarts Mission Impossible III mit iCLP



- Bundesweiter Einsatz an Bahnhöfen
- Promotion des Kinostart von Mission Impossible III für United International Pictures
- Zusendung eines exklusiven M:I:III Klingeltons

iCLP – Success Cases

Einsatz des iCLP: Quelle Weihnachtskampagne



- Bundesweiter Einsatz an Bahnhöfen
- Promotion eines Weihnachtsgewinnspiels
- Zusendung von Einkaufsgutscheinen zur Einlösung unter quelle.de, im Quelle-Shop oder per Bestellkarte

iCLP – Success Cases

Einsatz des iCLP: Harry Potter Kampagne



- Bundesweiter Einsatz an Bahnhöfen
- Promotion eines Harry Potter-Gewinnspiels anlässlich der Ausgabe des Harry Potter Bands 6
- Zusendung eines Gewinnspielcodes zur Einlösung im Internet

Kompetenz in der Partnerschaft



- Nationale Bereitstellung von CLPs mit höchster Frequenz
- Aussenwerbe-Know-how
- Schnelle effiziente Bestückung von bis zu 35.000 CLP
- Zielgruppen Know-how der Standorte
- Weiterentwicklung der Standort Database für interaktiv-Performance



- Bereitstellung der MOBILEPOINT-Plattform
- Führendes One-to-One Know-how offline und online
- Betrieb einer Server-Infrastruktur zur Kampagnenabwicklung
- Permanente Weiterentwicklung der technischen Plattform

Konvergenzprodukte durch Partnerschaft

- **Innovationspfad:** Zusammenführung von Know How und Technologien unterschiedlicher Bereiche
- Arbeitsteilung und gegenseitige Inspiration
- Zukunft interaktive Außenwerbung
- Konvergenz der Medien eröffnet neue Nutzenpotentiale