

Allers Förlag tar med trogna kunder på "Kundresan" – nytt strategiskt projekt inom direktmarknadsföring

I sommar tar Allers förlag ett nytt steg i sitt kundarbete genom projektet "Kundresan". Projektet startade i mars med nulägesanalyser av hur kunderna behandlas och vad som kan påverka – och motverka – avslut av prenumerationer. Nu ska de första förändringarna till förbättring av kundarbetet genomföras för utvalda tidningar. Målet är att få fler befintliga prenumeranter att bli trogna, samtidigt som nya ska vilja stanna länge – redan från början.

– Tillsammans med DirektMedia i Göteborgs analytiker, som är experter på direktmarknadsföring, har vi kommit fram till var de kritiska relationspunkterna finns – det vill säga när vi tappat prenumeranter – och hur vi istället kan få dem att stanna. Förändringarna handlar bland annat om att välja exakt rätt mediekanalet och tidpunkter för kampanjerna och prenumerationsförnyelserna. Vi kommer också att ta större hänsyn till kundernas köpbeteende och lojalitet i vår direktmarknadsföring så att det ska löna sig att stanna kvar längre som kund, säger Annette Melander Berg, marknadschef på Allers Förlag.

Grunden till "Kundresan" är det stora utbudet av tidningar som gör att det blir allt viktigare att ta hand om befintliga kunder snarare än att bara fylla på med nya. DirektMedia i Göteborg, som arbetar med Allers Förlags kampanjer, ser positivt på deras beslut att gå från ett kampanj- och produktfokus till ett strategiskt kundperspektiv genom att satsa mer på befintliga kunder.

– Att se över hur man behandlar olika typer av kunder för att öka lojaliteten och på så sätt förbättra lönsamheten är viktigt inom alla branscher. Samarbetet med Allers Förlag leder till att vi blir ett naturligt bollplank i deras utveckling; något som vi strävar efter med alla våra kunder, säger Martin Olofsson, vd på DirektMedia i Sverige.

Allers Förlag ska genomföra fler förändringar utifrån det aktuella projektet i sin direktmarknadsföring under hösten och vid årsskiftet hoppas man kunna se ett positivt resultat. Utvärdering sker efter varje åtgärds punkt och därefter kommer en stor slututvärdering att göras.

För ytterligare information:

Martin Olofsson, vd DirektMedia tfn. 031-708 43 01, 0705-81 03 31

Annette Melander Berg, marknadschef Allers Förlag, tfn 042-17 36 75, 0730-97 36 75

www.direktmedia.se



Annette Melander Berg, marknadschef på Allers Förlag. Bild för fri publicering kontakta Katarina Stenwreth på DirektMedia, tfn 031-708 43 36.