

Pressemitteilung zur sofortigen Veröffentlichung

Ressorts: Marketing, E-Commerce, Startup, Print, Technik

Schlagworte: individuelle Paketbeilagen, bedrucktes Versandpaket, Marketing, Personalisierung, Individualisierung, Kundenbindung, Crossselling, Upselling, Retargeting, Adnymics, printmate

Das Paket als wertvoller „Schatz“ für Online-Käufer

Adnymics und printmate: Zwei Start-ups visualisieren den Wert des Versandpaketes im Online-Handel

Die zwei jungen Unternehmen Adnymics aus München und printmate aus Berlin haben sich zusammen ein Ziel gesetzt: Online-Händlern soll vermittelt werden, dass ihre Versandpakete mehr sind als nur ein „brauner Karton“. Über 50 Online-Händler erhielten von den beiden Start-ups ein individualisiertes Paket im Design einer Schatztruhe. Mit dieser kreativen Bedruckung und dazu passenden Inhalten wollen die zwei Unternehmen zeigen, wieviel ungenutztes Potential für den E-Commerce in Versandpaketen steckt.

München, 04.11.2016 – Für Online-Käufer sind der Erhalt des langersehnten Pakets sowie der Moment des Entpackens einer der emotionalsten Momente im Online-Shopping. Das Versandpaket kann in diesem Moment für Online-Händler sowohl äußerlich als auch inhaltlich als Werbeträger fungieren und bei seinen Kunden einen bleibenden Eindruck hinterlassen. In der Theorie klingt das logisch und ist nachvollziehbar, in der Praxis bekommen Online-Käufer oft lieblos zusammengepackte, braune Pakete. Die Start-ups Adnymics und printmate möchten dieser fehlenden Wertschätzung des Pakets im E-Commerce entgegenwirken und sein verborgenes Potential aufzeigen.

Das Versandpaket – ein wertvoller Schatz für Online-Händler und -Käufer

Über 50 ausgewählte Online-Händler erhielten aus diesem Grunde von den beiden Unternehmen ein individualisiertes Paket. Gemäß dem Motto „Ihr Versandpaket wird zum Schatz für Ihre Kunden“ wurde das Paket von printmate im Design einer Schatztruhe bedruckt. Nach dem Öffnen des Pakets wird klar, dass dieses Paket ursprünglich für Captain John Ikommörs, einer fiktiven Persona in Form eines gestrandeten E-Commerce-Piraten, gedacht war. Im Inneren des Pakets befindet sich ein sprechender Stoff-Papagei als bestelltes Produkt sowie eine von Adnymics gefertigte, individualisierte Paketbeilage. Diese ist auf Captain Ikommörs, den fiktiven Paketempfänger, zugeschnitten und enthält individuelle Produktvorschläge, wie zum Beispiel die passende Piratenflagge für das neue Schiff, einen Käfig für den Papagei oder das benötigte Holzbein. Darüber hinaus sind auch redaktionelle Tipps für die nächste Seeschlacht des fiktiven E-Commerce Piraten enthalten. Als Füllmaterialien wurden ebenfalls thematisch passende Elemente wie Holzwolle und Goldfolie gewählt, um das Gesamtbild abzurunden und die bestellten Produkte entsprechend zu präsentieren.

Durch das kreative und humoristisch angehauchte Paket wird Online-Händlern verdeutlicht, welche Möglichkeiten in ihren Versandpaketen stecken. „Mit dieser Aktion möchten wir bei Online-Händlern einen starken Impuls setzen und zeigen, dass das Versandpaket ein hochwertiger und wichtiger Werbeplatz ist.“, erklärt Daniel Kirin, Head of Marketing der adnymics GmbH. „Das Paket sollte nicht als notwendiges Übel, sondern vielmehr als zusätzlicher Kanal für Branding, Bestandskundenmarketing und persönliche Beratung gesehen werden.“, so Kirin. Dass der Touchpoint Paket eine hohe Bedeutung im Online-Handel hat, kann Julian Jost, Gründer der

printmate GmbH nur bestätigen. „Das Paket ist die Visitenkarte des Online-Shops und beeinflusst die Produkt- und Unternehmenswahrnehmung immens.“, so Jost.

Adnymics und printmate – wenn das Gesamtpaket stimmt

Hinter der Paket-Aktion stehen zwei Start-ups, die mit ihren Dienstleistungen das Versandpaket und den Entpackmoment im Online-Handel optimieren möchten. Das Berliner Jungunternehmen printmate bietet die Möglichkeit der individuellen Bedruckung von speziell für den Onlinehandel entwickelten und kundenfreundlich optimierten Versandpaketen im Corporate Design des Versenders. Über einen Online-Editor oder Druckdaten-Upload auf der Shop-Homepage können Händler ihre Pakete mit einem individualisierten Design ausstatten und bestellen.

Adnymics hingegen setzt auf „intelligente Paketbeilagen“. Basierend auf dem Surf- und Kaufverhalten von Online-Käufern erstellt das Münchener Unternehmen individuelle Paketbeilagen mit persönlichen Produktempfehlungen und individuellem, redaktionellen Content. Die Beilagen-Kampagnen können über eine Online-Plattform erstellt und überwacht werden. Beide Unternehmen setzen mit Ihren Lösungen auf den haptischen und visuellen Effekt ihrer Print-Produkte während des Entpackmoments, dem ersten physischen Touchpoint im Online-Shopping. Eine Kooperation der Start-ups lag deshalb nahe und wird auch in Zukunft fortgesetzt: „Wir freuen uns sehr, mit printmate einen Gleichgesinnten im E-Commerce-Umfeld gefunden zu haben“, erläutert Daniel Kirin von Adnymics. „Gemeinsam möchten wir auch in Zukunft noch mehr Bewusstsein für den Stellenwert des Versandpakets im Online-Handel schaffen.“

Zugehöriges Bildmaterial: <http://bit.ly/2dLanYt>

Pressekontakte

für Interviewanfragen und weiterführende Materialien:

adnymics GmbH

Daniel Kirin

Head of Marketing	adnymics GmbH
Tel.: +49 (0)89 2154 691 31	Dachauer Straße 15a
E-Mail: d.kirin@adnymics.com	80335 München

Über Adnymics:

Das Münchner Start-up Adnymics wurde Ende 2014 gegründet und bietet ein System zur Herstellung von intelligenten Paketbeilagen für den Online-Versandhandel. Das All-in-One-System "Target Packaging", bestehend aus Software und Digitaldruckmaschine, analysiert das Surf- und Kaufverhalten von Online-Käufern und generiert daraus individuelle Produktempfehlungen, die den Versandpaketen in Form von hochwertigen Broschüren beigelegt werden. Die individualisierten Broschüren werden just-in-time direkt beim Versandhändler in der Logistik produziert. Mit „Target Conversion“ können Werbetreibende in diesen Paketbeilagen zielgerichtete Print-Anzeigen buchen.

www.adnymics.com

printmate GmbH

Julian Jost

Geschäftsführer	printmate GmbH
Tel.: +49 176 64208382	Mirastr. 27-29
E-Mail: julian@printmate.de	13509 Berlin

Über printmate:

Die printmate GmbH ist ein im März 2015 gegründetes Start-up aus Berlin, das sich dem Onlinedruck von Versandverpackungen im kundenindividuellen Design verschrieben hat. Hauptzielgruppe ist der Onlinehandel, den printmate in Auflagen ab 100 Exemplaren beliefert. Gründer und Geschäftsführer Julian Jost baute zuvor bei Zalando das Verpackungsmanagement-Team mit auf — zu dieser Zeit bekam er immer wieder Anfragen von Onlinehändlern über Bezugsquellen von Versandkartons mit eigenen Druckdesigns, was ihn schließlich zur Geschäftsidee von printmate führte. Seit August 2015 ist der Onlinedruckshop printmate.de aktiv. Im November 2015 folgte die Einführung des Online-Editors mit 3D-Ansicht. Alternativ gibt es die Option eines Druckdatei-Uploads. Das Angebot an Versandkarton-Varianten wird regelmäßig erweitert.

www.printmate.de