
Word-of-Mouth Anbieter mit völlig neuen Möglichkeiten

Veröffentlicht am: 16.08.2016, 10:43

Pressemitteilung von: **Paart GmbH // Jan-Heinrich Meyer**

Nachdem sich Gruner + Jahr die Mehrheit an trnd, Europas größter Community für Mitmach-Marketing, gesichert hat und die Ströer Digital Group erfolgreich mit der hauseigenen Plattform mytest.de im Bereich Empfehlungsmarketing agiert, startet paart.de, eine der ersten WoM-Plattformen Deutschlands, einen technischen Neuanfang.

Hochwertige Leads, intensive Produktkontakte, user-generated-content, virale Effekte und der Fakt, dass 78% der Deutschen auf Empfehlungen von Freunden und Bekannten vertrauen (Quelle: Nielsen 2015), machen die älteste Form der Werbung, die Mund-zu-Mund Propaganda, auch im digitalen Zeitalter zu einer der effizientesten Werbeformen überhaupt. Zum Vorteil der Werbetreibenden folgen die technischen Entwicklung und Neuerungen im Empfehlungsmarketing derzeit Schlag auf Schlag. So ist es längst nicht mehr erforderlich eine eigene Unit für das Thema Word-of-Mouth zu beschäftigen oder die eigenen Produkte in einem markenfremden Umfeld zu positionieren.

Eigenständige Micropages statt Markenfriedhof

"Wir sind davon überzeugt, dass der Ansatz, Word-of-Mouth Kampagnen auf einem Portal einzusperren, vollkommen überholt ist. Nach unseren Erfahrungen wollen Kunden ihre WoM-Kampagnen im eigenen Look and Feel umsetzen und in die digitalen Touchpoints ihrer Marke integrieren. Dafür haben wir nun die technischen Voraussetzungen geschaffen.", so Business Development Manager Jan Heinrich Meyer von paart.de.

Dieser Ansatz ist nicht grundlegend neu, bieten trnd und mytest ihre Technik doch bereits seit geraumer Zeit als White Label an. Paart geht allerdings noch einen Schritt weiter. Anstatt ihre Software als SaaS-Lösung zu vermieten, haben sich die Betreiber dazu entschieden, die Kampagnen ihrer Kunden über eigenständige Micropages abzuwickeln, die nach außen zwar komplett dem Bild der Marke entsprechen, jedoch fest mit der Userdatenbank des Portals verbunden bleiben. Auf diese Weise haben Werbetreibende die Möglichkeit, eine unabhängige und komplett in Marken CI gestaltete WoM-Kampagne durchzuführen und gleichzeitig von einer stetig wachsenden Community zu profitieren.

"Selbstverständlich bieten wir unser Tool auch als White Label an. Doch warum sollte ich mir als Marke eine eigene Community aufbauen, wenn ich durch die Nutzung eines gemeinsamen Kontaktpools, einer Werbegemeinschaft sozusagen, von zusätzlichen Benefits, wie der Medialeistung anderer Marken profitieren kann?", so Meyer.

Zukünftige Entwicklung im Word-of-Mouth

Werbegemeinschaft - ein ziemlich großes Wort für die kleine Agentur aus Hamburg-Altona. Die Entwicklung zeigt allerdings, dass Meyer in der Vergangenheit ein gutes Gespür für die Wünsche seiner Kunden erwiesen hat, zählen doch namhafte Unternehmen wie Microsoft, von Eicken, Melitta oder HelloFresh mittlerweile zu den Stammkunden Paarts.

In welche Richtung die zukünftige Entwicklung im Empfehlungsmarketing verlaufen wird bleibt

abzuwarten. Fest steht jedoch, dass innovative Treiber wie die Paart GmbH für frischen Wind in der Agenturlandschaft sorgen werden.

Weitere Informationen auf www.paart.de/word-of-mouth/

Pressekontakt

Herr Jan-Heinrich Meyer
Manager of Business Development

Paart GmbH
Ruhrstraße 11c
22761 Hamburg, Deutschland

Telefon: 040 / 361 66 79 21
E-Mail: info@paart.de
Website:

Firmenportrait

Paart.de ist eine Plattform für Produktkontakte, Empfehlungsmarketing (WoM), Earned Content, Online Marktforschung, Rezensionen und Verkaufssteigerung. Wir machen Ihre Marke live erlebbar und sorgen dafür, dass über Ihre Produkte gesprochen wird - viral im Netz, von Mund zu Mund!

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>