

03.02.2004 - 09:40 Uhr

Procter & Gamble kreiert mit Grey Interactive/argonauten360° Waschmittel-Websites der nächsten Generation für Europa

Schwalbach/Ts. (ots) -

Eine neue Erlebnisstufe für Verbraucher auf der Basis eines einzigen flexiblen Frameworks

Ein neues, hocheffizientes Template-System bildet die Basis für rund 30 europäische Marken-Websites von P&G, die ihren Verbrauchern ein neues Mass an relevantem Nutzen und Servicequalität bieten. Das Herzstück ist ein System aus multiplizierbaren Templates, Services und Dialogfunktionen, die den unterschiedlichen Ländern und Marken hohe Flexibilität in der individuellen Gestaltung bei gleichzeitiger Minimierung der Rollout-Kosten ermöglichen. Dieser Ansatz sorgt für eine klare Erhöhung des Verbrauchernutzens sowie für eine deutliche Steigerung der Marketing- und Prozesseffizienz.

Der Einsatz des neuen Template-Systems bedeutet einen Quantensprung für die Online-Präsenz von P&G: Ein einfaches, aber intelligentes und flexibel einsetzbares Framework dient als Basis für verschiedene Marken-Websites wie Ariel (www.ariel.de) und Dash (www.dash.de). Unschlagbare Vorteile: Die hohe Flexibilität des Systems garantiert ein individuelles Markenerlebnis für jede einzelne Marke und ein auf die spezifischen Anforderungen des jeweiligen Landes zugeschnittenes Online-Marketing. Offline- und Online-Aktivitäten für die einzelnen Marken lassen sich so effizient miteinander vernetzen - und das zu sehr geringen Produktions- und minimalen Wartungskosten.

Die zunehmende Bedeutung des One-to-one-Dialogs mit den Verbrauchern ist auch zukunftsweisend für die Zukunft der FMCGs: Über verschiedene Funktionen und Online-Promotions werden Opt-in-Daten gewonnen, um den direkten Kontakt zum Verbraucher zu ermöglichen und zu stärken. Dieser Ansatz ermöglicht P&G, direkten Kontakt zur relevantesten Zielgruppe aufzunehmen - bei minimalen Kosten.

Dazu Bruno Vanier, Interactive Marketing Systems Manager für Westeuropa: "Ein sehr innovatives Projekt, das wir gemeinsam mit argonauten360° umgesetzt haben und das sich bereits in der Praxis bewährt hat. Entscheidend für uns waren - neben der Flexibilität des Systems - eine gesteigerte Kundenzufriedenheit dank neuer Funktionen, Inhalte und interaktiver Tools. Der ganzheitliche, kreative Gestaltungsansatz spiegelt die Markeneigenschaften und hohen Diversifikationsvorteile besser wider. Schritt für Schritt erweitern wir so die relevanten Dialoge mit unserer Zielgruppe."

Dominique Hess, Managing Director Schweiz bei argonauten360° und ebenfalls Projektverantwortlicher: "Das 'Template-System' lässt der einzelnen Marke genug Raum, sich lokalen Anforderungen, Wahrnehmungsgewohnheiten und Bedürfnissen anzupassen. Dieses Projekt unterstreicht die Bemühungen von P&G, die Erwartungen der Verbraucher an ihre vertraute Marke noch besser zu erfüllen."

Kontakt:

Christiane Neumann
PR & Marketing

E-Mail: c.neumann@argonauten360.de
Tel. +49-89/36'81'59-4'52

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001274/100471485> abgerufen werden.