



Pressemitteilung

Infografik: Saisonale Marketing-Anlässe 2015 auf einen Blick

Darum sollten Unternehmen Feier-, Fest- und Welttage für Marketing und Vertrieb nutzen

Frankfurt, 6. Januar 2015 – Ob Valentinstag, Karneval, Ostern oder Weltlinkshändertag – saisonale Ereignisse und Festtage ermöglichen es Unternehmen, ihre Zielgruppen mit besonderen Werbekampagnen und -aktionen anzusprechen. Die Ziele reichen dabei von Abverkauf und Umsatzschub über Imagegewinn und Kundenbindung bis zur Talentsuche. „Unternehmen dürfen sich beim saisonalen Marketing gerne mehr trauen. Mit antizyklischer Kommunikation hebt man sich vom Wettbewerb ab. Oder auch indem man einen Welttag clever für sich nutzt, der auf den ersten Blick so gar nichts mit Produkt oder Marke zu tun hat“, erklärt Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer der rabbit eMarketing GmbH.

Dass ein Schuhhändler online wie offline beispielsweise auf den Tag des Fußes aufspringen kann, liegt auf der Hand. Es lohnt sich jedoch auch, bei der Kampagnenplanung um die Ecke zu denken. Ein Softwareunternehmen kann durchaus den Internationalen Tag der Jugend für sich nutzen, indem es sein Ausbildungsprogramm vorstellt oder die Mitarbeiter erzählen lässt, warum sie sich in jungen Jahren für diesen Beruf oder das Unternehmen entschieden haben. Die Anlässe beziehungsweise die Werte, die die Festtage vermitteln, färben auch immer ein Stück weit auf das Unternehmen ab. Fährt ein Unternehmen, das keine Waren rund um Karneval verkauft, eine Kampagne zu diesem Anlass, wird es eher mit Ausgelassenheit, Fröhlichkeit und Feierlaune assoziiert.

Die E-Mail-Marketing-Agentur rabbit eMarketing hat eine Auswahl von Feier-, Fest- und Welttagen in der Infografik „Marketing-Kalender 2015“ zusammengetragen.

Zum Download: <http://bit.ly/marketingkalender>

Weiteres Bildmaterial

[Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer der rabbit eMarketing GmbH](#)

Über rabbit eMarketing:

rabbit eMarketing ist die größte inhabergeführte, systemunabhängige Agentur für E-Mail-Marketing in Deutschland. Sie bietet E-Mail-Marketing im Full-Service, sowohl für Stand-alone-Mailings als auch Newsletter. In das Leistungsspektrum der Agentur fällt zudem die Entwicklung von E-Mail-Marketing-Strategien unter Berücksichtigung der bestehenden technischen Infrastruktur bei Unternehmen. Des Weiteren beraten und unterstützen die Experten bei der Auswahl von E-Mail-Marketing-Versandssystemen, bei Toolwechseln und -migration. rabbit eMarketing ermöglicht echte One-to-One-Kommunikation, die durch die intelligente Zusammenführung von Steuerungs- und Content-Daten aus unterschiedlichen Systemen erreicht wird. Die Agentur hat den Anspruch, basierend auf CRM- und Verhaltensdaten Websitebesuche in Leads, Leads in Kunden und Kunden in Stammkunden zu verwandeln – unabhängig von Endgerät oder Kanal. rabbit eMarketing wurde 2004 gegründet, beschäftigt 80 Mitarbeiter und unterhält Standorte in Frankfurt am Main (Hauptsitz) und Luzern.

Zahlreiche E-Mail-Kampagnen der Agentur wurden in den letzten Jahren mit renommierten nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet. Zu den über 200 aktiven Kunden gehören der gehobene Mittelstand, international agierende Großunternehmen und einige der bekanntesten Onlineshops Deutschlands, wie HanseMerkur, Epson, Schwäbisch Hall, KFW, start.de und Peter Hahn. www.rabbit-emarketing.de

Pressekontakt:

[Agentur Frau Wenk +++](#)

PR & Marketing für die digitale Welt

Anne-Kathrin Richter

Telefon: +49 40 32 90 47 38 13

E-Mail: rabbit-emarketing@frauwenk.de