

Was ist CoverSticker?

Ein extrem auffälliges Werbemittel auf der Titelseite der Zeitung im optimalen Sichtfeld der Leserschaft. CoverSticker motiviert den Leser sich mit Ihrer gut gestalteten Werbung zu beschäftigen und erhöht daher die Aufmerksamkeit für Ihr Angebot oder Ihre „Message“.

Warum CoverSticker?

Ihre Werbung – Ihre Werbeaktion – ist ablösbar und bleibt damit in weiterer Folge immer im Sichtfeld Ihrer Zielgruppe. CoverSticker vermittelt eine interessante Botschaft oder ein aktuelles Angebot. Die Positionierung auf der Titelseite macht die Kunden aufmerksamer und erhöht damit den Rücklauf und Erfolg Ihrer Marketingaktion. Die verschiedenen Arten des CoverStickers kann man bedarfsgerecht für Ihre Kampagne einsetzen. Formen und Gestaltungsmöglichkeiten sind dabei keine Grenzen gesetzt.

In welchen Varianten ist der CoverSticker erhältlich?

CS Standard ist eine klassische Haftnotiz und in allen Formen und Farben erhältlich.
CS Response Card sind „Karten“, die nach dem Ablösen klebstofffrei sind und somit optimal in die Geldbörse passen. In Verbindung mit einer kreativen Aktion bei Ihnen im Geschäft werden die Karten dann eingelöst oder dienen als Kundenkarten.
CS Booklet findet den Einsatz bei Image-Kampagnen oder unterstützt bei der Übermittlung von sehr umfangreichen Werbebotschaften.
CS Spezial: Gold-, Silber-, Transparent-, 3D-Sticker sind unsere aktuellen Spezialsticker und in fast jeder erdenklichen Form verfügbar. Gerne klären wir für Sie alle Details ab und helfen Ihnen auch mit Mustern. Grundsätzlich sind auch hier Formen und Gestaltungsmöglichkeiten keine Grenzen gesetzt!

Wo ist der Unterschied?

Das habe ich ja auch schon auf andere Zeitungen gesehen - wo ist der Unterschied?
Nein, das haben nur die Partner von XYNAMIX. CoverSticker ist ein neues Produkt, das bisher in seiner Vielfalt, Qualität und seinem Preis noch nicht am Anzeigenmarkt erhältlich war. Möglichkeiten wie Warenproben, Duftlacke, Plastikkarten, ausgestanzte Booklets, Rubbelfelder etc. hat es bisher noch nicht gegeben. Andere Medien, die nicht mit XYNAMIX arbeiten, haben nicht diese Vielfalt und unterscheiden sich auch in den Qualitätsstandards. Nur Produkte höchster Qualität werden nach intensiven Materialtests in unser Portfolio aufgenommen und an unsere Kunden weitergegeben.

Wie lange dauert das?

Wie lange ist der Vorlauf für eine Kampagne?
Der Vorlauf ist vom gewählten CoverSticker abhängig und beträgt in der Regel zwischen 2 und 4 Wochen. Die genauen Zeiten sind in der jeweils gültigen Preisliste ersichtlich. Kürzere Vorlaufzeiten sind nach Absprache möglich. Gerne unterstützen wir Sie mit der optimalen Kampagnenplanung.

Wie werbe ich erfolgreich?

Der CoverSticker ist klein. Wie kann ich meine Firma erfolgreich darstellen?
CoverSticker ist ein Auslöser mit dem der Kunde motiviert wird sich mit Ihrer Marke oder einem Produkt zu beschäftigen. Hier gilt der alte Grundsatz: „Weniger ist mehr“. Präsentieren Sie Ihr Hauptargument, warum der Kunde sich für Ihre Marke entscheiden soll. Das soll so auffällig wie möglich passieren. Zu viel Information führt wiederum dazu, dass die Botschaft nicht gelesen wird.

**1
Was ist der Vorteil?**

Was ist der Vorteil vom CoverSticker zur Tip-On-Karte / Memo Sticker?

Der CoverSticker fällt durch seine bestechende Druckqualität und seine einfache Handhabung auf. Neben den verschiedenen Arten und Formen erhöhen Sie dabei die Aufmerksamkeit da der CoverSticker ohne Kleberrückstände ablösbar ist während man bei Tip-On-Karten oft die Zeitung zerreißt. In weiterer Folge können Sie danach den CoverSticker immer noch auf den Kühlschrank, Monitor oder wo auch immer Sie wollen kleben. Somit verlängern Sie wiederum den Werbeerfolg und erhöhen nachweislich die Rücklaufquoten. Eine Untersuchung hat einen bis zu 50% höheren Rücklauf bei einer vergleichbaren Kampagne zwischen einem herkömmlichen Medium und CoverSticker ergeben. **Nur der Erfolg Ihrer Kampagne zählt!**

Wie groß ist der Rücklauf?

Wir haben mit der Wirtschafts Universität Wien 2010 eine detaillierte Rücklaufanalyse in einer Studie ausgearbeitet. Daher können wir sagen: Bei Kampagnen, welche einen hohen Benefit für die Zielgruppe haben, ist der Rücklauf zwischen 0,5 % und 5 %. Wichtig ist dabei aber, die Leserschaft zu einer Handlung zu bewegen! Der potentielle Kunde muss sich mit der Werbung auseinandersetzen. Dies kann durch ein Rubbelfeld, Duftlack oder andere Response Elemente geschehen. Klassische Rücklaufdiagramme zeigen, dass die Aufmerksamkeit am ersten Tag durch die prominente Platzierung überdurchschnittlich hoch ist. Bereits durch das Abnehmen des Stickers von der Zeitung bleibt dieser lange im Aufmerksamkeitsbereich der Leserschaft und erhöht so den Rücklauf. Die Wirkung und der Erfolg einer Kampagne ist nachhaltiger als bei herkömmlichen Inseraten, da ein CoverSticker durch die Positionierung auf Kühlschränktüren, Monitoren etc. länger in Erinnerung bleibt und zum Ende des Aktionszeitraums sogar eine erneute erhöhte Rücklaufquote aufweisen kann.

Wie kann ich CoverSticker streuen?

Genauso wie andere Beilagen laut Beilagenplan der jeweiligen Zeitung. Details sind mit der Verkaufsleitung abzusprechen.

Welche Richtlinien gibt es?

Welche technischen Richtlinien gibt es für CoverSticker?

Sehr viele Informationen finden Sie in unserer Preisliste. Für den Druck stehen acht Farbwerke bereit, egal ob 4/4, 5/3 oder 7/1-färbig. Für Ihre anspruchsvollen Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und reden auch mit Ihrer Werbeagentur.

Wie ist der Datenaufbau?

Welche Richtlinien gelten für die Datenerstellung?

Grundsätzlich können alle gängigen Grafikformate bearbeitet werden (InDesign, Illustrator, PDF). Für die einfache Handhabung empfehlen sich druckfertige PDF Dateien (Version 1.6, kein PDF/X Standard) als CMYK (+ Schmuckfarben, wenn gewünscht). Für eine optimale Darstellung sollten Texte mit 1200dpi und Bilder mit 300dpi aufgelöst sein. Ausgabeprofil ISO coated 39L. Wie in der Preisliste ersichtlich sind Schnittmarken und 3mm Überfüller (Beschnitt) erforderlich.

