

NEWSLETTER FÜR DAS MODERNE, INHABERGEFÜHRTE UNTERNEHMEN

Mailing-Baukasten: So planen Sie Ihre Mailing-Aktion!**Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer,**

viele Firmen nützen viel zu wenig ihre vorhandenen Kundenadressen, um sich in Erinnerung zu bringen. Dabei ist es doch viel einfacher, mit einem bestehenden Kunden ein wiederholtes Geschäft zu machen, als einen neuen Kunden zu gewinnen.

So gehen Sie am besten bei Ihrer nächsten Kunden-Aktion vor:**1) Ziel Ihrer Werbe-Aktion definieren**

Wollen Sie ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung bekannt machen, alte Kunden wiedergewinnen oder zusätzliche Service-Leistungen anbieten? Was genau wollen Sie mit der Aktion erreichen? Formulieren Sie klar Ihr Ziel!

2) Kostenrahmen vereinbaren

Legen Sie für Ihre Aktion das Budget fest. Was ist Ihr Ziel aus Punkt 1) für Sie wert? Beispiel: Um fünf neue Kunden für Produkt XY zu gewinnen, investiere ich EUR 1.000,-.

3) Zielgruppe/Adressen auswählen

Suchen Sie für Ihr Angebot die passenden Adressen aus. Falls Sie zu wenig Adressen selbst besitzen, sind wir Ihnen bei der Recherche gerne behilflich.

4) Mailing konzipieren

Welche Botschaft soll an den potenziellen Kunden gebracht werden? Welche Vorteile, welcher Nutzen soll plakativ angesprochen werden? Hier unterstützen wir Sie gerne mit unserer Erfahrung aus vielen Jahren in der Direkt-Werbung.

5) Grafik, Satz und Druck festlegen

Keine Angst! Aus den über tausend Möglichkeiten finden wir für Sie die optimale Kombination heraus. Hier gilt es viele Fehler zu vermeiden und das Format zu finden, das Ihren Kunden anspricht und begeistert.

6) Weiterverarbeitung und Versand organisieren

Auch hier nehmen wir Ihnen die komplette Arbeit ab. Vom richtigen Aussendezeitpunkt bis zur Porto-Optimierung: Sparen Sie Zeit, Geld und Nerven mit einem erfahrenen Mailing-Partner!

7) Nachbearbeitung durchführen

Hier werden nach unserer Meinung immer noch die größten Potenziale verschenkt. Ein professioneller Nachanruf bringt eine erhebliche Response-Steigerung, sorgt für die Aktualisierung der Adressen mit Ansprechpartner und bietet die besten Voraussetzungen für die nächste erfolgreiche Aktion.

8) Mit der Erfolgskontrolle Aktion abschließen

Direkt-Werbung hat den Vorteil, dass Sie genau beurteilen können, ob die Aktion ihr Geld wieder eingespielt hat. Und selbst wenn das Ergebnis gerade mal so aufgegangen ist: Sie haben sich mit der Aktion auch wieder in Erinnerung gebracht und damit eine klassische Werbewirkung erzielt.

Haben wir Sie neugierig auf Ihre nächste Werbe-Aktion gemacht? Gerne beraten wir Sie bei Ihrer speziellen Dialogkampagne. Einfach „Mailing-Aktion“ als Betreff in Ihre Mail eintragen und mit Ihrer Adresse an uns schicken. Wir setzen uns dann schnellstmöglich mit Ihnen in Verbindung.



Neue Ideen und Möglichkeiten für Ihren Firmenauftritt zeigen wir Ihnen gerne. Rufen Sie uns an: Telefon 0 92 82/61-0