

Direct Mailing – Der direkte Kontakt zu Ihren Kunden



Der Werbebrief oder das Direct Mailing ist der schnellste, effektivste und kostengünstigste Weg, die Zielgruppe über Ihre Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Wichtig ist, dass man dabei einige Regeln einhält:

Adressieren Sie Briefe immer persönlich

Schreiben Sie immer eine Person an. Der Leser möchte mit seinem Namen angesprochen werden. Mit der Serienbrief-Funktion in Word ist das in Kürze erledigt. Vorausgesetzt, Sie haben eine aktuelle Kundendatei.

Ihr Werbebrief fällt in der Post besonders auf, wenn Sie mit Briefmarken frankieren.

Heben Sie sich von anderen Briefen ab

Der Leser muss beim ersten Überfliegen des Textes bereits seinen Vorteil erkennen. In der Regel wird in den ersten Sekunden entschieden, ob die Information von Wichtigkeit ist oder ob sie im Papierkorb landet.

Verwenden Sie viele «Magic Words» wie **NEU, UNVERBINDLICH, GRATIS** usw.

Besonders attraktiv wirken Fotos oder Grafiken. Verwenden Sie Ihr Logo, Ihren Slogan oder eine Ihrer Hauptaussagen auf Ihrem Kuvert.

Wenn möglich, legen Sie ein Muster oder einen anderen Eyecatcher bei, z.B. einen Teebeutel, wenn es um ein Gesundheitsprodukt

geht. Die Beilage soll mit dem Produkt oder der Dienstleistung im Zusammenhang stehen. In der Überschrift beschreiben Sie das Problem z.B. «Möchten Sie etwas für Ihre Gesundheit tun?» Wichtige Argumente können mittels Fettdruck vorgehoben und öfters wiederholt werden. Ziel des Schreibens ist, dass der Leser so oft wie möglich «JA» sagt. Dann wird er am Ende des Briefes positiv reagieren.

Nutzen Sie das Postskriptum (PS). Man hat festgestellt, dass das PS neben der Überschrift der am meisten gelesene Text des Briefes ist.

Machen Sie es dem Leser einfach, zu reagieren

Der Leser muss am Ende des Briefes einen genauen Auftrag erhalten. «Rufen Sie uns an und vereinbaren Sie einen kostenlosen Beratungstermin.» Besonders einfach ist es, eine Antwortkarte beizulegen. Muster von Geschäftsantwortkarten gibt es bei der Schweizer Post unter www.post.ch.

Leider darf man trotz guter Planung einer Direct Mailing-Aktion keine zu grossen Erwartungen haben. Der Response liegt zwischen einem und zehn Prozent. Aber Sie haben Ihr Unternehmen direkt bei der Zielgruppe präsentiert, manchmal erfolgt die Kaufentscheidung zu einem späteren Zeitpunkt.

Wesentlich höhere Rückmeldungen erhält man von Kunden, die das Unternehmen bereits kennen. Im Sinne der Kundenbindung sollten Sie Ihre Kunden ohnehin regelmässig kontaktieren. Machen Sie in Ihrem Brief ein attraktives Angebot und Ihre Kunden werden zu Stammkunden werden.

Für E-Mail-Marketing gelten die gleichen Regeln. Allerdings muss mit einer geringeren Rücklaufquote gerechnet werden. Problematisch bei E-Mail-Aussendungen ist das seit 1. April 2007 auch in der Schweiz geltende Spam-Verbot. Wie streng dieses in der Praxis ausgelegt wird, werden die kommenden Monate zeigen.

Anita Mandl

TIP

Die Gestaltung des Werbebriefes:

- Der Kunde sucht zuerst seinen Namen. Je persönlicher die Ansprache, desto grösser der Erfolg.
- Der zweite Blick fällt auf Bilder, Zeichnungen, Beilagen.
- Dann wird nach bildähnlichen Elementen wie Unterschrift und Logo gesucht.
- Hervorgehobene Passagen werden zuerst gelesen. Heben Sie daher wichtige Argumente hervor.
- Die Überschrift soll bereits ein klares «JA» hervorrufen. Beginnen Sie den Brief mit Ihrer Hauptaussage.
- In den ersten Briefzeilen beschreiben Sie das Problem des Kunden. Der Leser entscheidet binnen weniger Sekunden, ob der Brief für ihn wichtig ist.
- Bieten Sie nicht mehr als EIN Produkt oder EINE Lösung an. Überfordern Sie die Leser nicht mit zu vielen Informationen.
- Schreiben Sie möglichst persönlich und heben Sie die Vorteile für Ihre Kunden hervor.
- Verwenden Sie kurze und einfache Sätze und wenig Fremdwörter.
- Ihre Unterschrift sollte persönlich mit blauer Schrift erfolgen.
- Vergessen Sie nicht, eine Ansprechperson mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse zu nennen.
- Im Postskriptum sollten noch einmal die wichtigsten Vorteile genannt werden.

Anzeigen

Tel: 041-740 16 40
www.fam-office.ch
anita.mandl@fam-office.ch



Wir sind Ihr kompetenter Partner für administrative Arbeiten wie Buchhaltung und Lohnadministration, Jahresabschlüsse und Steuern sowie sämtliche Marketing-Aktivitäten.

Rufen Sie noch heute an und informieren Sie sich unverbindlich!

**Wir schenken Ihnen die Zeit,
Ihre Ideen zu verwirklichen!**