

PROFI-TIPPS FÜR IHREN MAILING-ERFOLG

HEROLD

bringt's zamm.

Die Durchführung Ihrer postalischen Mailing-Aktion in 6 Schritten



1. Ziel festlegen und Budget planen



2. Mailing entwickeln & Briefftext entwerfen



3. Antwortschein / Response-Element entwickeln



4. Adressen selektieren und exportieren



5. Briefe/Mailing produzieren und versenden



6. Mailing nachbearbeiten



ZIELE FESTLEGEN & BUDGET PLANEN

HEROLD

bringt's zamm.

Definieren Sie Ihr Aktionsziel und Budget

- **Mein Ziel:**

Was will ich mit dem Mailing erreichen?
(z.B. neue Kunden / Interessenten gewinnen, Direkt-Verkauf, Terminvereinbarungen etc.)

- **Meine Mailing-Zielgruppe:**

Wen will ich mit dem Mailing erreichen? (z.B. Neukunden / Firmen, die in 50 km Umkreis liegen, Firmen ab 10 Mitarbeiter einer bestimmten Branche etc.)

- **Mein Angebot:**

(z.B. Produktrabatt, Produktvorstellung, Einladung zur Fachmesse, kostenlose Informationen etc.)

- **Gewünschte Reaktion:**

(z.B. Antwortschein / Response-Element vom Kunden ausgefüllt retourniert, Kunde meldet sich telefonisch, per E-Mail, Kunde bestellt direkt etc.)

- **Die Aktions-Stufen:**

(z.B. Mailing → Info → Nachfass)

- **Budgetplanung / Kosten für Mailing:**

Wie viel Budget habe ich zur Verfügung?
Welche Auflage ist mit diesem Budget möglich?

- **Mailing-Auflage:** **Stk. / Versandtermin:**

Check Ziel/Budget: an alles gedacht?

Zum Beispiel...

- Mailing-Ziel definiert?
- Zielgruppe definiert – wen will ich mit meinem Mailing erreichen?
- Mailing-Auflage festgelegt - wie viele Unternehmen sollen angeschrieben werden?
- Versand-Termin festgelegt?
- Versand-Termin saisonal ok?
- Angebot für Zielgruppe attraktiv?
- Angebot im Mittelpunkt?
- Nachfass-Strategie festgelegt?
- Kapazitäten für Nachfass bereitgestellt?
- Budgetplanung – an alle Kosten gedacht?
(Papier, Kuverts, ggf. Erstellung Folder/Beilage...,
Zukauf von Adressen, ggf. Druckkosten, Portokosten etc.)



MAILING ENTWICKELN & BRIEFTEXT ENTWERFEN

HEROLD

bringt's zamm.

Entwickeln Sie Ihren Mailing-Brief

• **Welchen Hauptnutzen biete ich an?:**

.....
(z.B. preisgünstiges Produkt, persönliche Beratung, Service-Leistung, Einladung, wichtige Infos...)

• **Mein „Aufhänger“:**

(z.B. Info-Aktion, Rabatte, Produkt-Neuheit, Messe-Einladung...)

• **Meine Produkt- und/oder Service-Vorteile:**

.....
(z.B. Produkt-Leistungen, 24-Std. Service, Lieferservice, Onlineshop...)

• **So befriste ich mein Angebot:**

(z.B. Angebot gilt nur bis....., Bitte antworten Sie bis...)

• **Eventuell Zusatzanreiz:**

.....
(z.B. Werbegeschenk, Gutschein als Dankeschön für Reaktion, Sonderpreis für die ersten 20 Reagierer...)

• **Bei Datenzukauf Angabe der Quelle
(Ursprungsdateisystem) nicht vergessen.**

• **Mustertexte nutzen!**

Check Mailing/Brieftext: An alles gedacht?

Zum Beispiel...

- „Schlagzeile“ als Überschrift?
- Namentliche-/ persönliche Anrede?
- SIE-Sätze statt WIR-Sätze?
- Nutzen für Kunden ist anschaulich?
- Angebot plakativ?
- Angebot befristet?
- Kurze Sätze (max. 1 ½ Zeilen)?
- Kurze Abschnitte (max. 5 Zeilen)?
- Wichtiges hervorgehoben, z.B. fett?
- Klare Handlungsaufforderung?
- Passt „Zusatzanreiz“ zum Produkt/Angebot?
- Persönliche Unterschrift am Briefende?
- P.S. mit besonderem Vorteil/Zusatzinfo?
- Text Korrektur gelesen (ist fehlerfrei)?



ANTWORTSCHEIN / RESPONSE-ELEMENT ENTWICKELN

HEROLD

bringt's zamm.

Entwickeln Sie ein Response-Element

Keine Antwort ohne ein Response-Element! (Vordefinierte Antwortmöglichkeiten ermöglichen auch eine fachgerechte Evaluierung der Aktion).

• Mein „Ja-Text“ (in Stichworten)?

Ja,

• Als Antwort-Optionen biete ich an:

Bestellung von Produkten

Zusendung von Info-Material

JA zur Einladung: NEIN, weil:

• Meine bevorzugte Antwort (einholen von Kontaktdaten und Werbe-Zustimmungen):

Telefon Nummer Name Ansprechpartner

.....

E-Mail Adresse Name Ansprechpartner

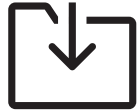
.....

NEIN, ich möchte nicht mehr von Ihnen kontaktiert werden

Check Antwortschein: An alles gedacht?

Zum Beispiel...

- Gestaltung großzügig?
- Antwortschein einfach auszufüllen?
- Kundenadresse vorpersonalisiert?
- Eigene Firmenadresse genannt?
- Ausfüll-Felder optisch hervorgehoben?
- Angebotswiederholung im „Ja“-Text kurz und klar?
- Zum Ausfüllen und Abschicken aufgefordert?
- Befristung des Angebots wiederholt?
- Bei Bestellung: Garantie, Rückgaberecht, AGB erwähnt?
- Interne Kapazitäten für Bewältigung der Anfragen geprüft?
- Text Korrektur gelesen (ist fehlerfrei)?
- Opt-in und Opt-Out Möglichkeit für weitere Kontaktaufnahme (Einholen von Werbe-Zustimmungen)?



ADRESSEN SELEKTIEREN & EXPORTIEREN

HEROLD

bringt's zamm.

Selektieren und Exportieren Sie Ihre Adressen

- www.mdonline.eu

- **Definieren Sie Ihre wesentlichen Selektionskriterien:**

1. Region

(Bundesländer, Postleitzahlen, Orte etc.)

2. Branche

(einfache Suchhilfe der Wunschbranche durch Eingabe eines Suchbegriffes im Suchfenster oder durch Suche in der Kategorie)

3. Merkmale

(z.B. Umsatzgröße, Mitarbeiteranzahl, Rechtsform etc...)

4. Entscheider

(jene Person, die Sie direkt ansprechen möchten, z.B. Geschäftsführer, Inhaber, Marketingleiter...)

- **Exportieren Sie Ihre Zielgruppenliste:**

1. Exportliste im Ergebnisse-Bereich überprüfen
2. Export-Einstellungen anpassen
3. Die gewünschten Daten im Format Ihrer Wahl exportieren

Check Adressen: An alles gedacht?

Zum Beispiel...

- In welchem Umkreis, in welcher Region sollen sich die Firmen befinden?
- Für welche Branche/n ist mein Angebot interessant?
- Gibt es auch unternehmensinterne Adressen, die verwendet werden sollen? Sind diese noch aktuell?
- Wer sind die Ansprechpartner in den Unternehmen – wer kann über mein Angebot entscheiden?
- Testlauf Serienbrief ok – Anschriftenfeld ist lesbar und richtig gestaltet (Post-Richtlinien beachtet)?



BRIEFE / MAILING PRODUZIEREN & VERSENDEN

HEROLD

bringt's zamm.

Produzieren und versenden Sie Ihre Mailings

- Briefmarken (oder Frankiermaschine) entsprechend der Auflage bereitstellen.
- Bei größeren Auflagen Porto-Beratung der Post nutzen (Stichwort „Info.Mail“).
- Versandkuverts vorbereiten.
- A4-Blatt für Antwortschein, Briefbögen und evt. Adress-Etiketten entsprechend der Versandmenge bereitstellen.
- Gegebenenfalls Mailing-Prospekt oder Folder bereitstellen.
- 5 bis 10 Test-Mailings erstellen: Briefe und Antwortscheine ausdrucken, falten und kuvertieren.
- Gewicht und Porto abstimmen – ggf. Gewicht einsparen.
- Fensterstand der Brief-Adressen prüfen bei Verwendung von Fensterkuverts.
- Briefe und Antwortscheine ausdrucken.
- Briefe, Antwortscheine und ggf. Prospekte kuvertieren und frankieren bzw. das Post-Service „Info.Mail“ nutzen.
- Mailings an Post liefern.

Check Produktion/Versand: An alles gedacht?

Zum Beispiel...

- Unterschrift am Brief?
- Alle Mailingbestandteile im Kuvert (Brief, Antwortschein und ggf. Prospekt...)?
- Adressenstand richtig im Brief-Fenster?
- Porto/Gewicht geprüft?
- Porto-Optimierung mit der Post abgestimmt (Info.Mail)?
- Prospekt auf Briefformat falzbar?
- Bei Versand in mehreren Schritten – Briefdatum jeweils angepasst?
- Auflage/Menge geprüft?
- Mailing-Adressen aus eigenem Bestand markiert (z.B. für Nachfass?)



MAILING NACHBEARBEITEN

HEROLD

bringt's zamm.

Nachbearbeitung Ihres Mailings

- Telefon- (Fax) Leitungen für Rückläufe bereitstellen und freihalten.
- Angegebene E-Mail Adressen regelmäßig auf Eingänge überprüfen.
- Response-Checkliste anlegen und führen.
- Anzahl der eingehenden Reaktionen, Antworten mit Tagesdatum, Reaktionsweg (Post, E-Mail, Fax, Tel.) und angekreuzter Antwort erfassen.
- Versand des angeforderten Info-Materials innerhalb von 5 Werktagen nach Eingang der Antwort.
- Möglichst alle „Reagierer“ (Kontakte, die auf das Mailing reagiert haben) nachfassen (TKG, Telekommunikationsgesetz § 107 beachten).
- Nicht-Reagierer nachfassen (Nachfass-Brief).
- Gegebenenfalls Außendienst zur Nachbearbeitung und für persönliche Besuche einschalten.
- Retouren zu eigenen Adressen überprüfen und in Kundendatei pflegen.
- **Evaluierung der Aktion!** Ermitteln der Rücklaufquote; Anzahl Reagierer, Anzahl Verkäufe, Anzahl Anmeldungen etc.

Check Nachbearbeitung: An alles gedacht?

Zum Beispiel...

- Response-Checkliste(n) vorbereitet/verteilt?
- Kapazitäten für Response-Erfassung bereit?
- Internes Handling der eingehenden Reaktionen abgestimmt?
- Reagierer nachgefasst (unter Beachtung des TKG, Telekommunikationsgesetz § 107)?
- Nicht-Reagierer nachgefasst (Nachfass-Brief)?
- Zuständigen Außendienst Mitarbeiter involviert?