

CHECKLISTE BESTANDSKUNDENPFLEGE

VORBEREITENDE MASSNAHMEN

1


PLANUNG

Zielgruppenbestimmung

Festlegen des
Versandzeitpunkts

Auswahl des Werbemittels

Dublettencheck 

Adresscheck 


2

INHALT & LAYOUT

Klare Mailingbotschaft

Call-to-Action integriert


Integration
PREMIUMADRESS-Vermerk 

Prüfung auf
Versandvorschriften 

3

PRODUKTION

Druck aller
Mailingbestandteile 

Hochwertige
Verarbeitung 

4

VERSAND

Postoptimierte &
fristgerechte Einlieferung 

Zustellung
Endkunde/Endkundin

1 PLANUNG

A

ZIELGRUPPENBESTIMMUNG

- Der erste Schritt einer Print-Mailing-Kampagne sollte immer die Zielgruppenbestimmung sein.
- Sollen nur bestimmte Kundengruppen oder alle angeschrieben werden?
- Erst wenn das geklärt ist, kann es weitergehen.

B

VERSANDZEITPUNKT

- Der Erfolg eines Print-Mailings hängt auch vom Zustellzeitpunkt ab. Bei Werbebriefen hat die Deutsche Post 4 Tage für die Verteilung Zeit.
- Zudem sollten auch Jahreszeiten, Ferien und kalendarische Anlässe beachtet werden, um möglichst wirksam zu sein.

C

AUSWAHL WERBEMITTEL

- Welches Werbemittel passt zu meiner Botschaft? Auf unserer Website haben wir einige Beispiele für die unterschiedlichsten Inhalte aufgelistet.
- Ihr Wunschmedium ist nicht dabei? Sprechen Sie uns gerne an.

D

DUBLETTENCHECK

- Basis jeden Print-Mailing-Erfolgs ist die Qualität Ihrer Kundendaten. Nur wenn diese gut ist, kann das Mailing auch erfolgreich sein.
- Unsere Software durchsucht phonetisch Ihre Adressdatenbank nach doppelten Adressen.
- **Ihr Vorteil:**
 - Keine doppelte Zustellung beim Kunden
 - Kosteneinsparung bei Druck, Verarbeitung und Porto

E

ADRESSCHECK

- Im Schnitt veralten (aufgrund z.B. von Todesfällen, Umzügen etc.) **12,6% der Adressen** pro Jahr.
- Wir prüfen Ihre Adressdatenbank auf einwandfreie Zustellbarkeit und achten v.a. auch auf die richtige Schreibweise.
- **Ihr Vorteil:**
 - Kosteneinsparung durch das Herausfiltern von unzustellbaren Adressen
 - Korrekte Adresse sorgt für fehlerfreie Ansprache

2 INHALT & LAYOUT

A

MAILINGBOTSCHAFT

- Die Nutzensvorteile müssen schon beim ersten Überfliegen klar sein.
- Beim Text heißt es: **Keep it short and simple!**
- Folgende Fragen sollte das Print-Mailing dem Leser beantworten:
 - Wer schreibt mir?
 - Warum werde gerade ich angeschrieben?
 - Warum zu diesem Zeitpunkt?
 - Welchen Nutzen habe ich?
 - Was soll ich tun?

B

CALL-TO-ACTION

- Ganz wichtiger Punkt! Ihre Kunden sollen auf das Mailing reagieren, damit Sie erfolgreich sind.
- Zeigen Sie den Lesenden ganz genau auf wie!

C

INTEGRATION PREMIUM-ADRESS

- Die Adressdatenbank der Deutschen Post ist nahezu auf dem aktuellsten Stand. Durch die Ergänzung eines PremiumAdress-Vermerks auf dem **Anschreiben** oder **Kuvert**, erhalten Sie diejenigen Sendungen zurück, die trotz Adresscheck nicht zugestellt werden konnten.
- Wir scannen diese Rückläufer und lassen Ihnen diese zukommen.
- Ihr Vorteil:
 - Kosteneinsparung beim nächsten Mailing
 - Adressdatenbank immer auf dem aktuellsten Stand

D

VERSAND-VORSCHRIFTEN

- Sind die – von den Postdienstleistern – vorgegebenen Schutzzone eingehalten?
- Sind alle Mailingbestandteile druck- und verarbeitungsfähig?
- Wir prüfen vor der Produktion alles, damit im Nachhinein keine unnötigen Mehrkosten entstehen.

3 PRODUKTION

A

DRUCK ALLER MAILINGBESTANDTEILE

- Nachdem alle Bestandteile geprüft sind, kümmern wir uns um einen hochwertigen Druck aller Mailingbestandteile (z.B. Kuvert, Anschreiben, Flyer) und haben dabei stets die Gewichtsgrenzen der Deutschen Post im Blick, damit keine unnötigen Mehrkosten beim Porto ausgegeben werden müssen.
- Alternativ können Sie sich auch selbst um den Druck kümmern und uns die Ware zur weiteren Verarbeitung zukommen lassen.

B

HOCHWERTIGE VERARBEITUNG

- Unser hauseigener Lettershop besitzt einen modernen und umfangreichen Maschinenpark, mit dem Ihr Mailing in höchster Qualität verarbeitet wird.
- Sollten wir einmal nicht die richtige Maschine für Ihren Auftrag haben, können wir auf ein wertvolles Partnernetzwerk zurückgreifen. Wir finden deshalb immer eine Lösung!

4 VERSAND

A

POSTOPTIMIERTE EINLIEFERUNG

- Postoptimierte Einlieferung bedeutet v.a., der Deutschen Post die Sendungen so zu übergeben, dass sie mit maximaler Geschwindigkeit und ohne Zusatzaufwand arbeiten kann. Nur dann kann der günstigste Portotarif je Gewichts- und Größenklasse gewährleistet werden.
- Wir stellen das alles für Sie sicher!

B

ZUSTELLUNG

- Aufgrund des hohen Werbeaufkommens (Dialogpost) hat z.B. die Deutsche Post 4 Tage Zeit, um diese zu verteilen. Die Verteiltage gehen dabei von Dienstag – Samstag.
- Sollten Sie international versenden wollen, sprechen Sie uns gerne an.