

Direct Marketing Tafel

Gestaltung der Direktwerbung

- Bedürfnisse wecken
- Problemlösungen
- Nutzenargumente
- Handlungsaufforderungen
- Bilder
- Lesbarkeit

Definition

Direktmarketing ist eine Methode die innerhalb eines Marktes die Kunden oder Interessenten direkt und gezielt anspricht und versucht, die Interessenten oder Kunden (das Zielpublikum) zu einer unmittelbaren Reaktion zu veranlassen. Man bezeichnet DM deshalb auch als interaktive Kommunikation oder Dialogmarketing.

Ausgangslage

Ziele

Definition ZG

Leitidee

Massnahmen

adressiert:

- gekauft bei einem Adressbroker
- gesammelt aus Branchenverzeichnissen, Messekataloge, Teilnehmerlisten bei Tagungen, Mitgliederverzeichnisse, Verbandsverzeichnisse

unadressiert:

- nach geografischen Gebiete
- Kanäle

Postsendungen

adressiert

- Kataloge u. Prospekte
- Kundenkontaktpflege
- Vorausinformationen
- Versand von Warenmuster

unadressiert

- Prospekte, Kataloge
- WB über-/regional/ lokal
- Mitteilungen Veranstaltungen
- Sonderangebote

Coupon Inserat

(in Publik.-/ Fachzeitschriften, TZ, Gratisanzeiger)

- zum anfordern für Informationen
- zur Bestellung
- zur Teilnahme an Umfragen oder Wettbewerben
- als Hilfsmittel zur Gewinnung von Hinweisen

Beilagen

(in Paketen, TZ, WZ, FZ, GZ, WB Sendungen)

- zum Anfordern weiterer Informationen
- zur direkter Bestellung

Telefon

aktiv

- zum Verk. v. Produkten u. DL
- Nachbearb. v. Werbekampagnen
- Einführung neuer Produkte
- Gewinnung von Abonnementen.
- Inserate – Aquisitionen
- Planung u. Vorbereitung der AD-Einsätze
- Kundenumfragen

passiv

- zur Entgegennahme v. Anrufe
- rasches Erfassen v. Reaktionen z.b. RTV Spots u. Inserate

TV und Radio

(in Form von Werbespots oder Infosendungen)

- zur Ankündigung von Spezialaktionen
- zur Unterstützung laufender Inseratkampagnen

Videotex/Teletex/ Internet

- zum Abrufen von Informationen sowie
- zur unmittelbaren Reaktion (Bestellung Reaktion etc.)

Telefax/Telex

- gedruckt in Papier (Bestellformulare m. Spez.-Angebote)

Einsatzplan

Budget

Kontrolle

Kostenrahmen Direct-Mailing bei 5000 Exemplaren

• C5 Couvert mit Fenster und Adressdruck	CHF 800.--
• Personalisierte Branchenadressen(Einmalmiete)	CHF 2400.--
• Laserbrief mit gedruckter Unterschrift in blau	CHF 2100.--
• Antwortkarte Einfarbendruck	CHF 350.--
• Verpackungsarbeiten	CHF 1500.--
= Totalkosten f. 5000 Stk.	CHF 7000.--
Kosten pro Mailing (ohne Porto u. Agentur)	CHF 1.40.--

Vergleich Direktwerbung und Mediawerbung

Die Direktwerbung...

- ermöglicht direkte Ansprache der ZG
- ungeteilte Aufmerksamkeit des Empfängers
- ermöglicht eine exakte Erfolgskontrolle
- benötigt keinen unabhängigen WB Träger d.h. keine Beschränkung Umfang, Inhalt, Gestaltung etc.
- Möglichkeit materieller Beilage
- gibt Möglichkeit einer Spontanreaktion
- kann andere Kommunikationswege vorbereiten (AD Besuch um gezielte VK Gespräche zu erzielen)
- Auch für kleine regionale Werbebetats geeignet