

# Praxisgerechte Lösungen im Kunden - Dialog

30. Januar 2013

© Copyright 2008, by Siegfried Vögele Institut, Königstein/Ts.





## **Monika Schneider**

*Dipl. Wirt. Ing.*

*Direktmarketing-Fachwirt BAW  
Fachdozent Direktmarketing SVI*

***Vertriebsleiterin Deutsche Post, Berlin***

## Dialog in Zahlen

- **69 Minuten verwendet der Mensch durchschnittlich am Tag für zwischenmenschliche Kommunikation**
- **15 Minuten spricht ein deutsches Ehepaar im Durchschnitt pro Tag miteinander.**
- **2,3 Briefe erhält ein Bundesbürger täglich im Durchschnitt.**
- **70 Mio. Briefe werden in Deutschland pro Tag bearbeitet. Mehr als 30 Mio. eMails werden pro Tag übermittelt, dazu 1 Mrd. Spam-Mails.**
- **23 Milliarden SMS verschickten die Deutschen 2007.**
- **Täglich ist der Mensch bis zu 6.000 Werbebotschaften ausgesetzt. Jährlich erscheinen 350 Mio. Haupt-Kataloge.**
- **Nur ca. 2 % der durch Werbung angebotenen Informationen werden tatsächlich wahrgenommen.**

# Instrumente der Kunden-Ansprache

- Produkt
  - Preis
  - Distribution
  - Kommunikation
- = **Marketing**



Ihr Verband

- Anzeigen
- PR
- Plakate
- Messen
- Radio
- TV

**Klassische Werbung**

- + Bekanntheit
- + Image

➡ Einstellung ändern



Ihr Kunde



- Anzeigen mit Coupon
- Brief + Reaktions-Element
- Zeitungs-Beilagen + Coupons
- Telefon-Marketing  
Kunden-Clubs
- DRTV
- Online (Internet)  
Adress-Dialog



+



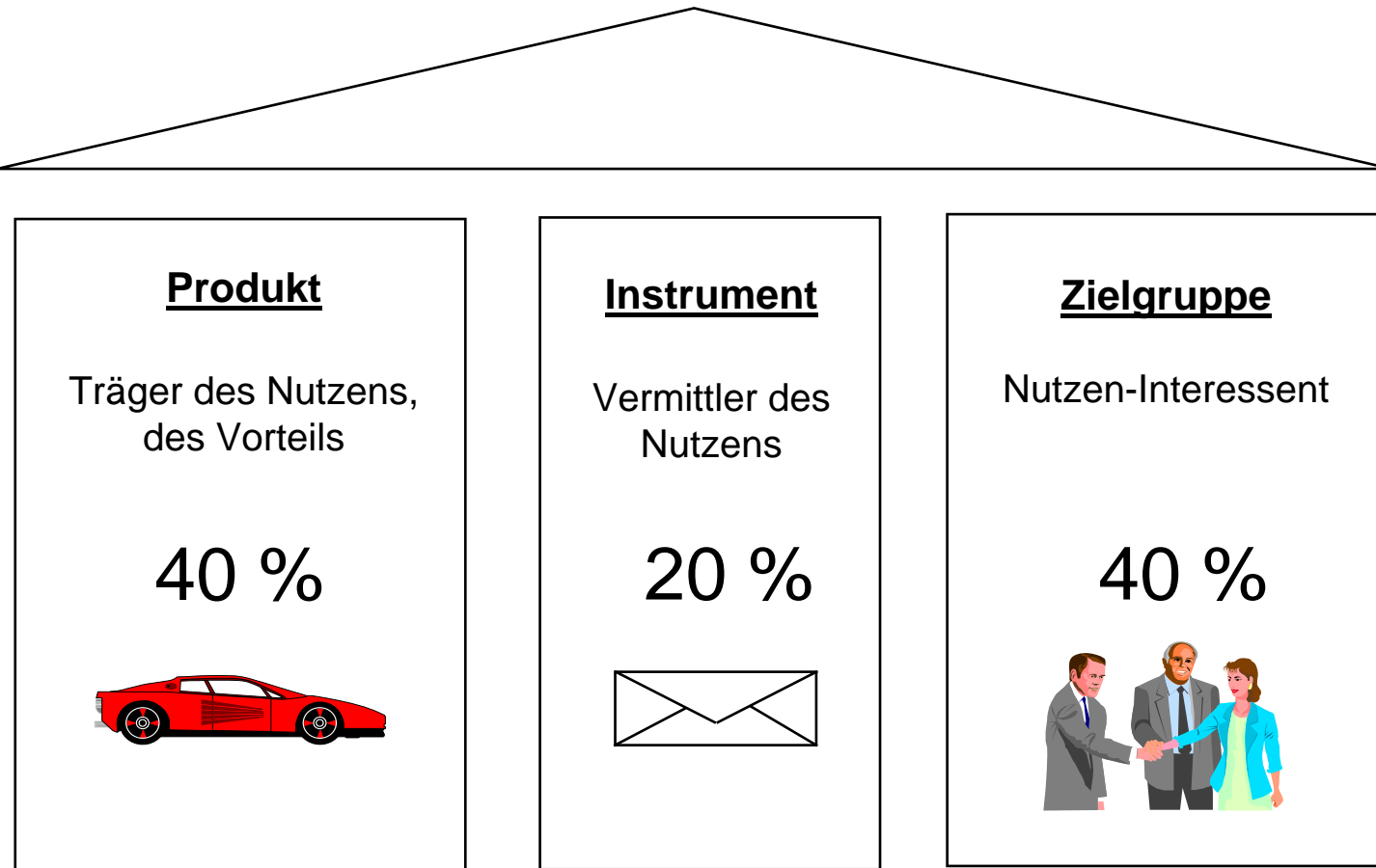
**Direktmarketing**

- + Bekanntheit
- + Image

messbare Reaktion

➡ Verhalten auslösen

# Die 3 Säulen des Erfolgs



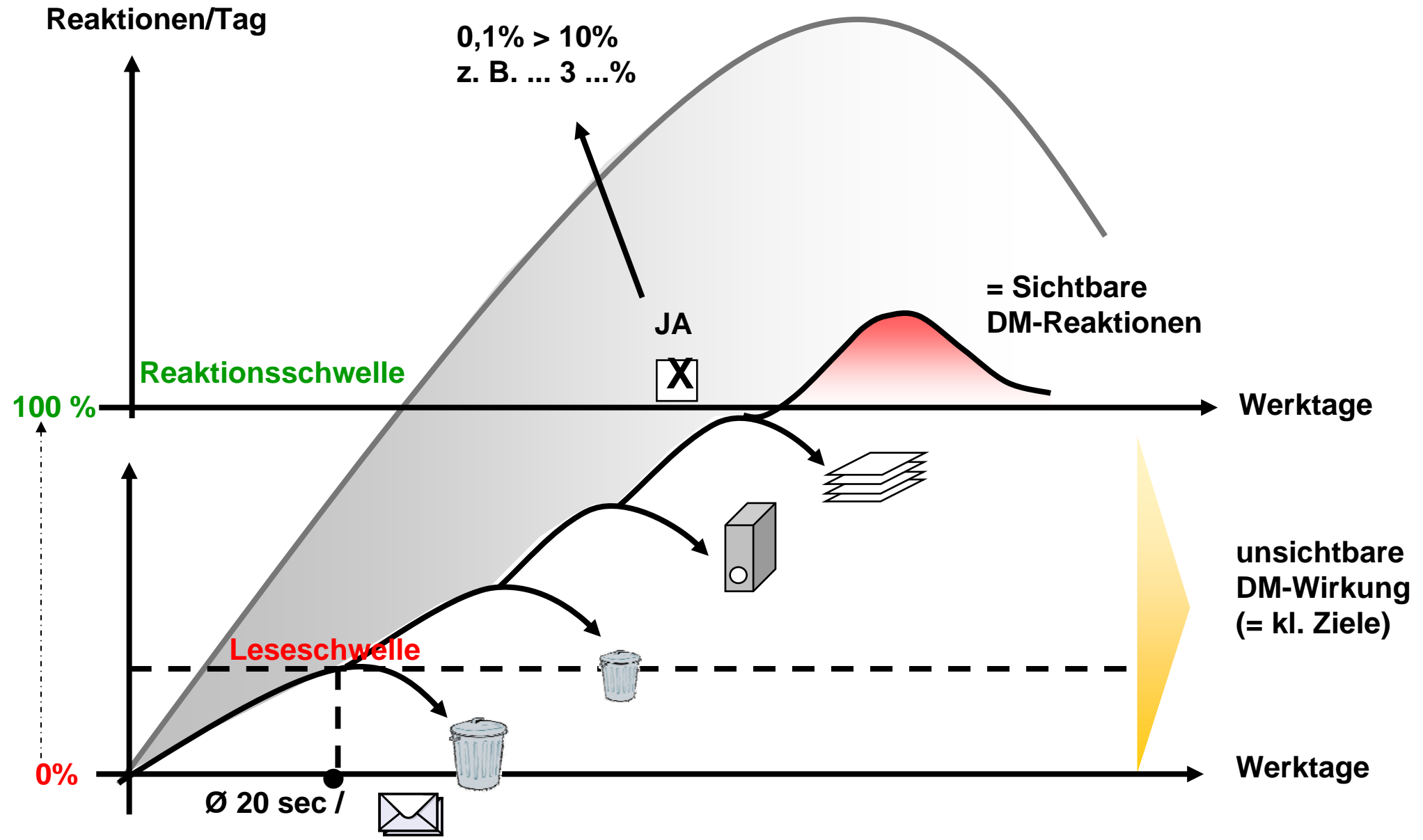
**Bitte unbedingt beachten: Der richtige Zeitpunkt der Ansprache.**

# 30 Jahre Augenkamera-Forschung

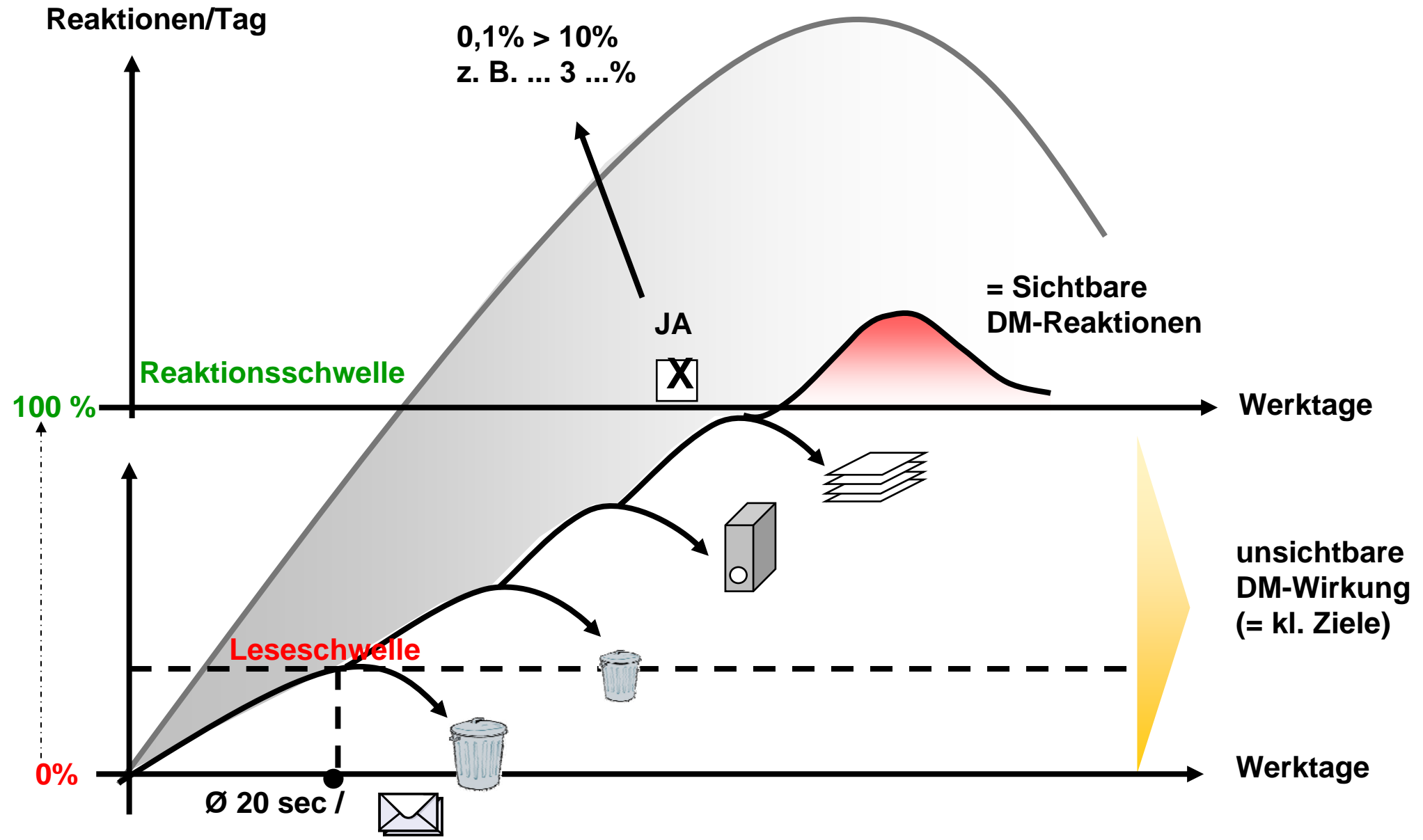


- Königstein, Taunus
- Forschung und Weiterbildung
- Testlabor Augenkamera
- Akademie
- [www.sv-institut.de](http://www.sv-institut.de)

# Die „Lebenskurve“ einer Mailing-Aktion



# Die „Lebenskurve“ einer Mailing-Aktion



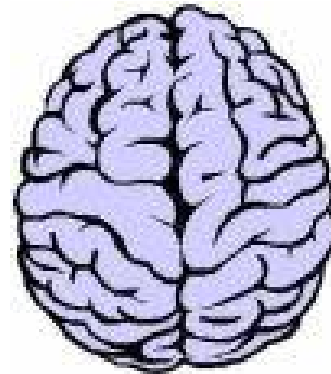


# Die beiden Gehirnhälften

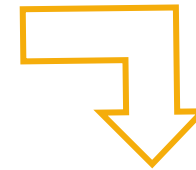
Die linke Hemisphäre  
verarbeitet ...



- Sprache
- Zahlen
- Logik
- Schlussfolgerungen

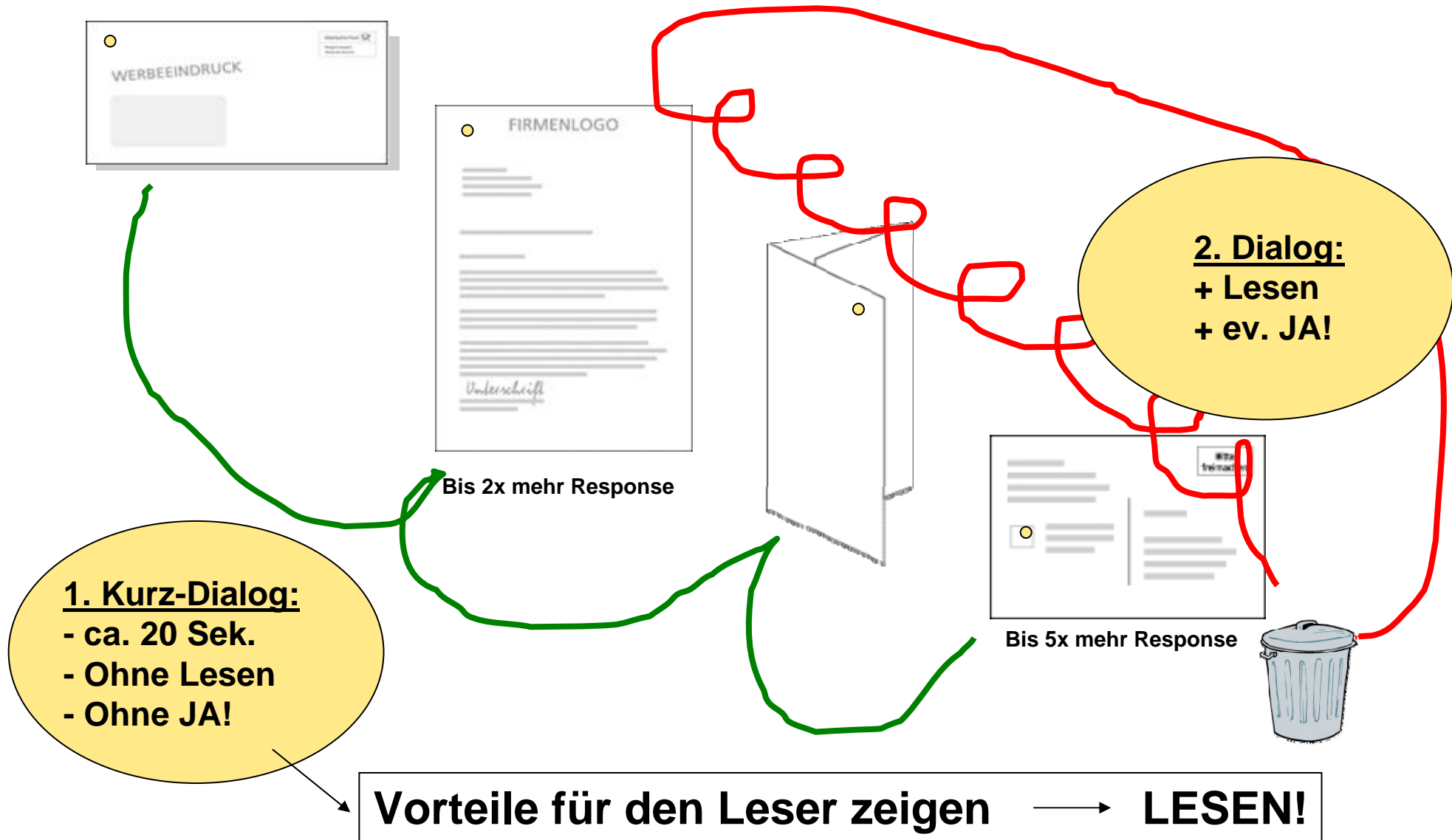


Die rechte Hemisphäre  
verarbeitet ...



- Bilder
- Farben
- Ganzheitliches
- Gefühle

# Die einzelnen Dialog-Stufen im Mailing

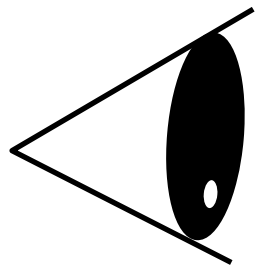


# Der erste Kurz-Dialog (20 sec.)

= kurze Fragen  
+ kurze Antworten



= gedachte ??? (3 - 5 x schneller)



● Bilder  
+ Grafik



Vorteil für Leser andeuten



● Headlines



Vorteil für Leser andeuten



Brief



● Unterstreichungen



Vorteil für Leser andeuten



= Vorteil in 2 sec. / DIN A 4! angedeutet

= Leseschwelle überschreiten

= LESEN



Ø 10 Fix / DIN A 4 = 2 sec. / A4!

1 Fix ≈ 2 €- Stück

# Die Entwicklungs-Schritte eines DM-Konzeptes

# Klare Ziele setzen.

## ⊗ Zielformulierung – was wollen Sie erreichen?

- mehr Umsatz
- mehr Marktanteile
- Kunden binden
- mehr Bekanntheit
- Image verbessern
- Einstellung ändern

 **Wie können Sie das erreichen? Werbeplan!**

# Ihre Produkte und Dienste im Fokus.

## **Produkt/Dienstleistung** – warum soll Ihr Kunde kaufen?

- **Liste mit Verkaufsargumenten erstellen**
- **Kaufmotive des Kunden erkunden**
- **Gründe für bisheriges Verhalten analysieren**
- **Was können Sie besser als der Wettbewerb?**

 **10 Vorteile für den Kunden finden!**

# Wie sage ich es dem Kunden?

## ✉ Der Brief – warum sollte man Ihren Brief lesen?

- Leserfragen kennen
- Leserfragen beantworten
- Kunde sucht nur nach Vorteilen für sich
- Lese-/ und Blick-Verhalten berücksichtigen

 Ersatz für ein persönliches Verkaufsgespräch

**Den ansprechen, den es interessiert.**

## **Die richtige Zielgruppe – Basis für Erfolg**

- **Zielgruppe oder Wunsch-Zielgruppe**
- **Welche Zielgruppe ist am wichtigsten (Umsatzbringer)?**
- **Zielgruppe = einzelner Mensch**
- **Verhaltensmerkmale (Ort, Zeitpunkt, Markentreue)**
- **Einstellungen ändern sich**

 **auf die wesentlichen Zielgruppen konzentrieren!**



# Die Kontrolle nach der Umsetzung.

## ☒ Umsetzung und Kontrolle

- Aktions- und Zeitplan erstellen
- Verantwortliche Personen festlegen
- Response-Bearbeitung sicherstellen
- Kosten-/Nutzen-Analyse durchführen
- Gründe für Erfolg/ Misserfolg ergründen
- Maßnahmen für nächste Aktion festlegen



**Maßnahmenplan erstellen!**  
**Nachkontrolle durchführen!**  
**Nächste Aktion planen!**



**Und so nehmen wir Dinge wahr ...**

Tagespost

# *Frischer Wind* für Ihre Frisur

An alle Damen die Wert  
auf eine gute Frisur legen!

Bitte Gutschein vor der Behandlung vorzeigen

# 10 €

Keine Barauszahlung  
Pro Person nur ein Gutschein einlösbar

# Gutschein

Copyright by G&I  
© 01805/894211

An alle Damen die Wert  
auf eine gute Frisur legen!



gültig bis 19.07.04

*Friseur*  
**Lessing**

Bahnhofstraße 3 · 34497 Korbach  
Tel. 0 56 31/ 70 29

*Frischer Wind*  
für Ihre Frisur

Tagespost

**Gutschein**

Copyright by G&I  
© 0 18 05/89 42 11

**Herzlichen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit.**

**Ihre**

