

Praxisgerechte Lösungen im Kunden - Dialog

30. Januar 2013

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



Ein Unternehmen von

Deutsche Post  World Net

MAIL EXPRESS LOGISTICS FINANCE



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

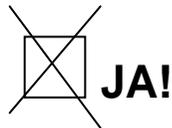
Klassische Werbung

- + Bekanntheit
- + Image

➔ Einstellung ändern



Ihr Kunde



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



+



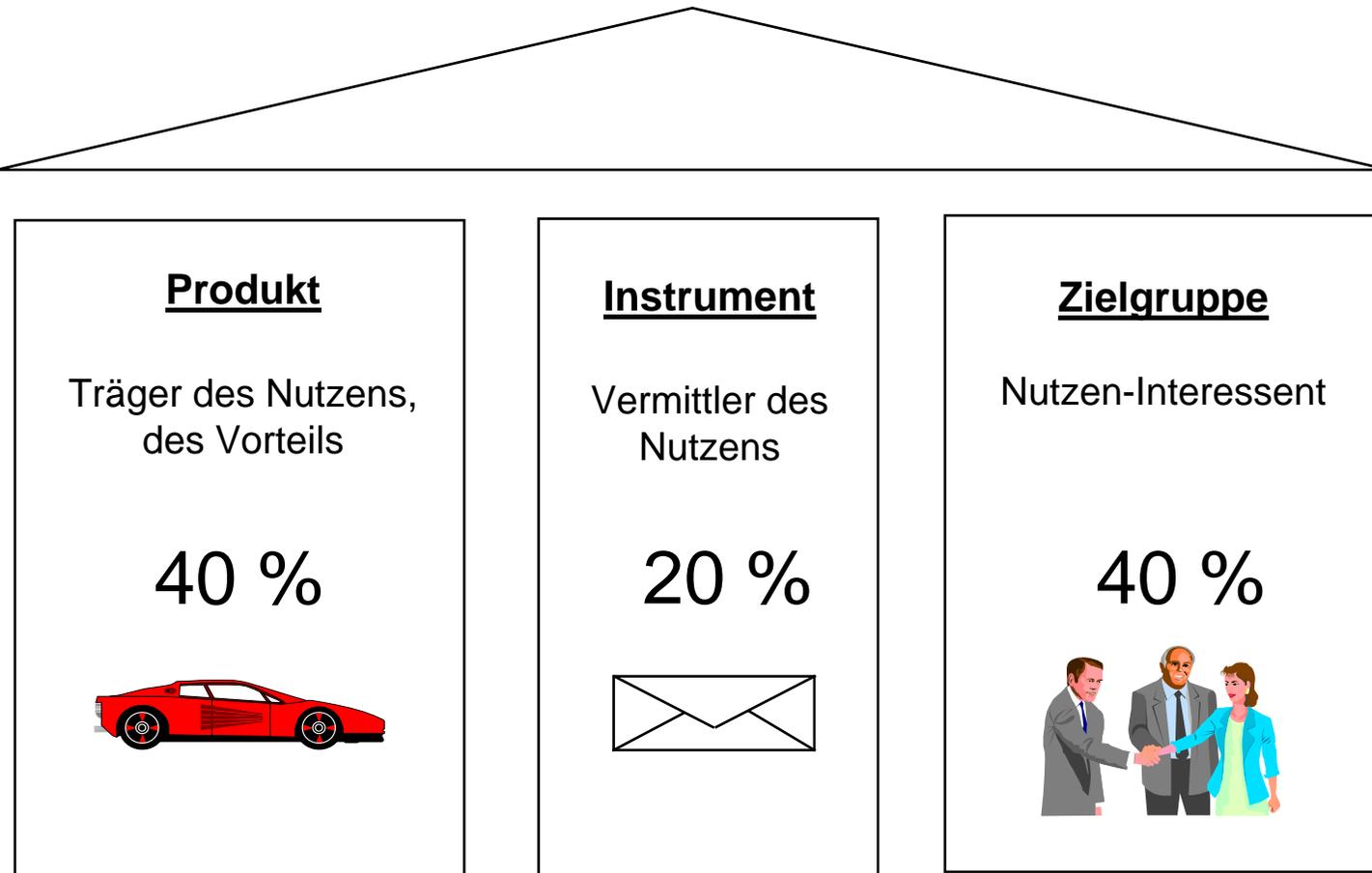
Direktmarketing

- + Bekanntheit
- + Image

messbare Reaktion

➔ Verhalten auslösen

Die 3 Säulen des Erfolgs



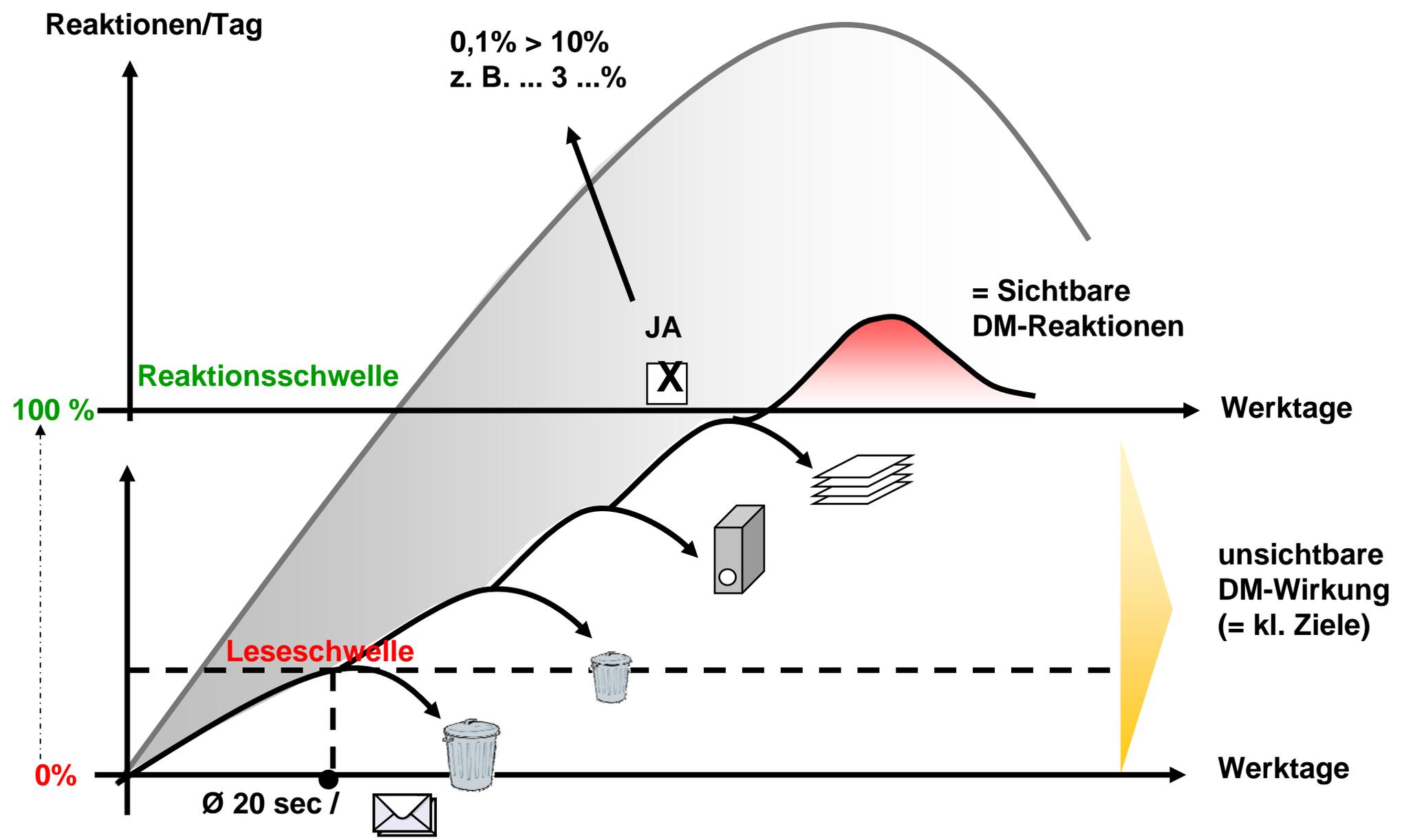
Bitte unbedingt beachten: Der richtige Zeitpunkt der Ansprache.

30 Jahre Augenkamera-Forschung

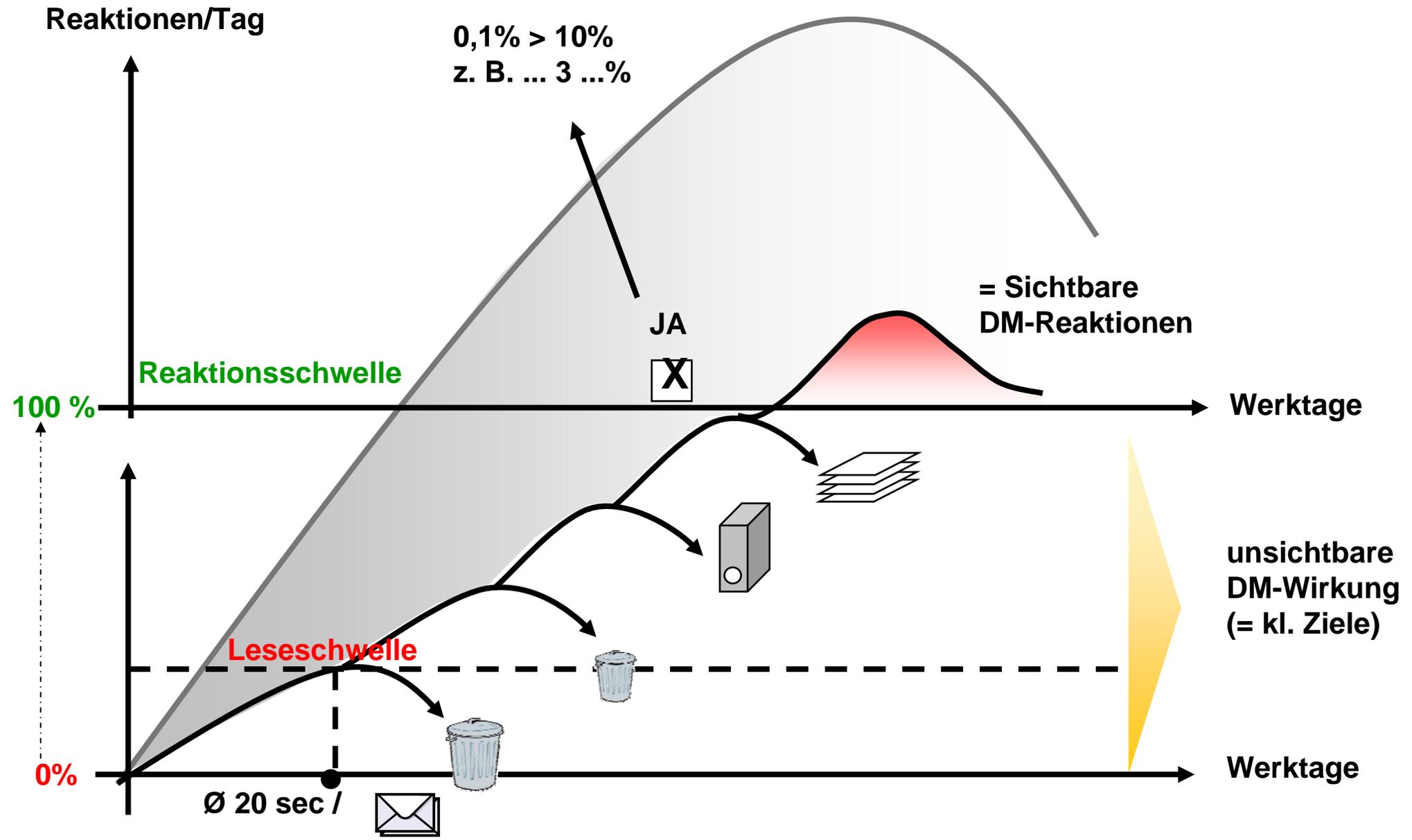


- Königstein, Taunus
- Forschung und Weiterbildung
- Testlabor Augenkamera
- Akademie
- www.sv-institut.de

Die „Lebenskurve“ einer Mailing-Aktion



Die „Lebenskurve“ einer Mailing-Aktion

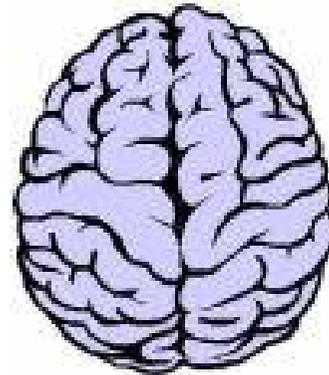


Die beiden Gehirnhälften

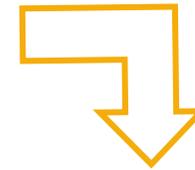
Die linke Hemisphäre
verarbeitet ...



- Sprache
- Zahlen
- Logik
- Schlussfolgerungen



Die rechte Hemisphäre
verarbeitet ...



- Bilder
- Farben
- Ganzheitliches
- Gefühle

Die einzelnen Dialog-Stufen im Mailing

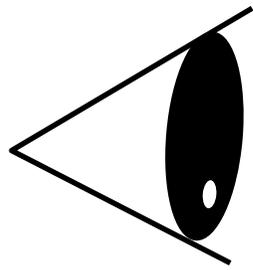


Der erste Kurz-Dialog (20 sec.)

= 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

