



# Zielgruppen treffsicher auswählen

Branchenspezifische Empfehlungen  
für die Neukundengewinnung

# Interessenten gewinnen

Zu den dauerhaften Aufgaben eines effektiven Marketings gehört die Gewinnung neuer Kunden. Will man nicht nach dem Gießkannenprinzip vorgehen, gilt es zunächst, die eigene Zielgruppe scharf einzugrenzen: Wem nützen meine Produkte? Für wen sind sie interessant? Und wie lenke ich die Aufmerksamkeit dieser Personen darauf?

An diesen Punkten setzt Dialogmarketing an: Mit Print-Mailings machen Sie auf Ihr Angebot aufmerksam und etablieren gleichzeitig eine persönliche Bindung zu den Werbeempfängern. Denn im Vergleich zu einem E-Mailing wirkt Printwerbung dank ihrer Haptik wertiger. Und je passender das Angebot, desto wirksamer die Kommunikation und desto nachhaltiger die Beziehung.

Der erste Schritt für erfolgreiches Dialogmarketing ist es, die richtige Zielgruppe anzusprechen. Oder anders formuliert: Werbetreibende wollen die richtige Person auf dem richtigen Weg zur richtigen Zeit mit den richtigen Botschaften erreichen.



Unsere Zielgruppenanalyse hilft Ihnen, Ihre Zielgruppe systematisch einzugrenzen – damit Sie neue Interessenten gewinnen und Sales Leads generieren können. Wie das gelingt und Sie Ihr Dialogmarketing künftig neu aufstellen können, erfahren Sie auf den folgenden Seiten.



**Die richtige Person,**



**auf dem richtigen Weg,**



**zur richtigen Zeit,**



**mit der richtigen Botschaft erreichen.**

# Der Mehrwert unserer Zielgruppenanalyse

Unsere Zielgruppenanalyse kann Sie gezielt bei der Beschreibung und Ansprache Ihrer Zielgruppe unterstützen. Im Rahmen der Analyse wurden knapp 6.000 Projekte zur Adressauswahl von rund 2.000 unterschiedlichen Kunden ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen Ihnen, welche Zielgruppen Ihr Branchenwettbewerb anspricht.

Insgesamt zeigt die **Zielgruppenanalyse** die Zielgruppenmerkmale für insgesamt 13 unterschiedliche Branchen: E-Commerce, Handel, Konsumgüterindustrie, Automotive, Dienstleistungen, Finanzdienstleister, Telekommunikation, Ver- und Entsorger, Spendenorganisationen, Lotteriegesellschaften, Verlagswesen, produzierendes Gewerbe sowie Transport und Verkehr.

## Über 150 mikrogeografische Merkmale

Die mikrogeografischen Merkmale sind der Erfolgsfaktor bei der treffsicheren Zielgruppen-selektion und erfassen Details wie

- Alters- und Familienstruktur
- Struktur und Region
- Gebäude und Umfeld
- Typologie
- Kaufkraft
- Konsum-Informationen
- Automotive-Informationen
- Finanzmarkt-Informationen

Hilfreich für Ihre Zielgruppendefinition ist der **Überblick über Zielgruppenmerkmale**, die in Ihrer Branche herangezogen werden. Im Segment E-Commerce sind das beispielsweise Kaufkraft, Geschlecht, Alter, Versandhandelsaktivitäts-Index und Sortimentsaffinitäten wie Mode oder Technik.



### **Beispiel Automotive:**

Typische Zielgruppenmerkmale dieser Branche sind gewichtete Kaufkraft, Pkw-Dichte aller Fabrikate, Alter und Gebäudetyp.

Spezielle Zielgruppenmerkmale zur weiteren Individualisierung sind die Pkw-Dichte, zum Beispiel hinsichtlich einzelner Marken, und die Pkw-Klasse.

# Die Konzeption Ihrer Dialogmarketing-Kampagne

Mit der Definition Ihrer Zielgruppe haben Sie schon eine von vier wichtigen Fragen beantwortet – die nach der richtigen Person. Jetzt fehlen noch die richtige Zeit, der richtige Weg und die richtige Botschaft.

## Die richtige Zeit

Bei der Festlegung des passenden Zeitpunkts greifen zum Beispiel saisonale Aufhänger wie Cyber Week, Weihnachten oder auch die Verfügbarkeit eines Produkts, das Sie bewerben möchten. In vielen Fällen wird jedoch oft ein zweiter oder dritter Denkanstoß benötigt, bevor die Entscheidung für einen Kauf fällt. Dabei ist es nützlich, Ihre Werbebotschaft in mehreren Wellen zu kommunizieren und an Ihr Angebot zu erinnern.

## Werbebotschaft in mehreren Wellen kommunizieren

### Der richtige Weg

Reagiert Ihre potenzielle Kundschaft besser, wenn sie per DIALOGPOST persönlich und direkt mit Namen angesprochen wird? Oder eignet sich eine Teiladressierung auf Gebäudeebene – zum Beispiel „An alle Bewohner des Hauses“ per POSTWURFSPEZIAL mehr für Ihre Zwecke? Ist die flächendeckende Verteilung Ihrer Kommunikation mit POSTAKTUELL in einem Bezirk mit besonders hoher Dichte Ihrer Zielgruppe sinnvoll?

Um den richtigen Weg zu finden, empfehlen wir die Bildung von Testgruppen. So können Sie die Ergebnisse miteinander vergleichen und die geeignete Maßnahme ableiten.

## Die richtige Botschaft

Ob kurzgefasste Postkarte und hochwertiges Mailing: Je nach Zielgruppe fallen die Reaktionen auf Werbebotschaften unterschiedlich aus. Auch hier empfiehlt sich ein Test mit unterschiedlichen Werbemitteln und Botschaften – damit Sie die beste Kombination zur Neukundengewinnung finden.

**Planen Sie alle diese Bedingungen in die Konzeption Ihrer Kampagne ein.**



# Unsere Lösungen für die einfache Umsetzung

Bei der Realisierung Ihrer Aktion zur Neukundengewinnung können wir Sie leicht unterstützen. Mit unserem Full-Service stehen wir Ihnen mit Rat und Tat zur Seite – von der Planung über die Umsetzung bis hin zur Erfolgsmessung und Optimierung.

## Einzigartig in Deutschland

Der Self Service steht Ihnen im Web rund um die Uhr zur Verfügung – inklusive dieser Möglichkeiten:

- 24/7 Potenzialzählungen für DIALOGPOST (Consumer- und Business-Adressen), POSTWURFSPEZIAL und POSTAKTUELL
- Datenschutzkonforme Adressanmietung
- Volle Kostenkontrolle für Ihre Kampagnenplanung
- Detaillierte Recherchefunktionen
- Adresslieferung in kürzester Zeit
- Online-Adressabgleich zum Ausschluss Ihrer Bestandskundendaten und Sperrlisten

Hier können Sie sich direkt und unverbindlich anmelden: [postdirekt.de/online-services](https://postdirekt.de/online-services)

### Deutsche Post Direkt GmbH

Wir sind der Spezialist für Adress- und Datenmanagement. Unsere Datenbank setzt Maßstäbe in puncto Korrektheit, Vollständigkeit, Aktualität und Größe. Mit 220 Mio. Einträgen ist sie einzigartig in Deutschland und wird laufend aktualisiert. Das sorgt für eine erstklassige Adressqualität und große Reichweite für die erfolgversprechende Ansprache Ihrer Zielgruppe. Wir arbeiten nach den Richtlinien der DSGVO und sind nach ISO 27001 zertifiziert.



### Sie haben Fragen?

Unsere Spezialisten für Dialogmarketing sind gern für Sie da:

Deutsche Post Direkt GmbH

Telefon +49 2241 2661-0

[info@postdirekt.de](mailto:info@postdirekt.de)

### Download

[postdirekt.de/studien](https://postdirekt.de/studien)