



Print-Mailing Automation

Individuelle Ergebnisse der absolut Studie als Print-Mailings

Torsten Schwarz ist Autor, Lehrbeauftragter und Privatdozent. Mit über 20 Jahren Erfahrung im E-Mail-Marketing berät er internationale Unternehmen zu Themen des Online-Marketings, hält Vorträge, Workshops und Seminare. Dabei ist E-Mail-Marketing sein Schwerpunkt.

Das Ziel

Unternehmen, deren E-Mail-Marketing von absolut untersucht wurde, für die aber kein Double-Opt-In vorlag, erhielten ihre individuellen Ergebnisse als Print-Mailing. Ziel war es, sie zu einer Registrierung auf der Website zu animieren, die kostenlose Kurzversion (Key Findings) bzw. die E-Mail-Marketing-Studie „Benchmarks 2021“ herunterzuladen.

Die Kampagne

Kunde: absolut Dr. Schwarz Consulting, Beratung & Consulting

Zielgruppe: ca. 2.000 Marketing-Entscheider in deutschen Unternehmen, aus vielen verschiedenen Branchen.

Responsekanal: Link zum Downloadbereich der Website: email-studie.de

Vorbereitung: Für den Versand des individualisierten Print-Mailings wurden die Adressen selektiert, für die kein Double-Opt-In vorlag, die anderen erhielten einen digitalen Newsletter.

Umsetzung: Im Oktober 2020 einmaliger Versand von 2.000 Postkarten Maxi mit den individuellen Ergebnissen und Aufforderung zur Registrierung

Das Ergebnis

Die Aktion führte zu 24 Downloads der Key Findings (Kurzversion der Studie). Insgesamt verlief die Kampagne sehr erfolgreich, da eine hohe Awareness für die Marke absolut selbst sowie die Partner AGNITAS, den DDV und die Deutsche Post verzeichnet wurde.



„Eine sehr, sehr gelungene **Individualisierung** eines **Print-Mailings**, das **durchaus auf eine hohe Resonanz stieß**.
Zu dieser **'pffiffigen Aktion'** mit **PRINT-MAILING AUTOMATION** wurde mir **viel positives Feedback zurückgespielt!**“

Dr. Torsten Schwarz

Inhaber absolut Dr. Schwarz Consulting



Vorteile

- Intensive Betreuung beim ersten Print-Mailing durch Client Success Management der Deutschen Post (Dialog Solution)
- Gleiche Individualisierungsmöglichkeiten wie bei einer E-Mail ohne erhöhten Aufwand
- Wesentlich günstiger und einfacher als die telefonische Kontaktaufnahme



Print-Mailing Automation

Triggerbasiert & hochindividualisiert

Mit der Print-Mailing Automation von Deutsche Post können Sie erstmalig triggerbasierte, hochindividualisierte Werbesendungen oder reguläre Print-Mailings per Post an Ihre Kunden versenden. Die Aussteuerung erfolgt automatisiert auf Basis von Kundenverhaltensdaten direkt aus ihrem bestehenden Marketing Automation System.

Das beste aus zwei Welten

Im Rahmen einer mehrstufigen Kampagne in ihrem Marketing Automation System ist dies z. B. auch in Kombination mit E-Mailings möglich – stets inhaltlich und zeitlich verknüpft.

So können Sie innerhalb der Customer Journey Ihre Kunden über möglichst viele unterschiedliche Kontaktpunkte erreichen.

Dadurch erhalten Ihre Werbebotschaften eine wesentlich stärkere Aufmerksamkeit und nachhaltigere Wirkung.

Kundenindividuelle Trigger

Auslöser für die Aussendung der individualisierten Print-Mailings können online Aktivitäten wie der Besuch einer Website oder eines Onlineshops, das Öffnen eines Newsletters, ein geplanter Umzug oder vieles mehr sein. Per Schnittstelle können Sie es aus zahlreichen Systemen heraus nutzen.

Unsere bereits aktiven Partner bei der Integration von Print-Mailings in Marketing Automation Systeme finden sie hier:

deutschepost.de/pma-partner

Mit Print-Mailings mehr erreichen

Mit der Print-Mailing Automation wird die Werbewirkung Ihrer Kampagne nachweislich erhöht, denn Print-Mailings erzeugen eine höhere Awareness und wirken deutlich nachhaltiger als digitale Werbeformen.

- Conversion-Rate von 10% und mehr ist möglich
- Große Individualisierungsoptionen und hoher Automatisierungsgrad
- Print-Mailings erzeugen über Monate hinweg Markenkontakte
- Sie erreichen bis zu 100% Ihrer Bestandskunden via Briefkasten
- Print-Mailings führen zu höheren Warenkorbwerten

Quellen: CMC DIALOGPOST Studien 2019 und 2020

So funktioniert der Managed Service Workflow



1. Mailing planen

Nachdem Sie das Print-Mailing wie gewünscht konfiguriert haben, übernehmen wir für Sie die weiteren Schritte.

2. Kampagne erstellen

Das Print-Mailing wird von uns im System angelegt.

3. Gestaltung

Wir übernehmen für Sie die Gestaltung Ihres Mailings und legen nach Ihren Vorgaben die Variablen für die Individualisierung fest.

4. Versanddaten hochladen

Nach der Bereitstellung der Empfängerdaten kümmern wir uns um den Upload und den Start der Kampagne.

5. Druck und Versand

Nach Freigabe werden Ihre Mailings automatisiert produziert und zugestellt.

April 2021