

# How to: Tipps und Tricks für Ihre Print-Mailing-Aktion

## Empfehlungen für Ihre erfolgreiche Print-Mailing-Kampagne

Folgende Faktoren beeinflussen Ihren Kampagnenerfolg – neben einem passenden Angebot – essentiell:

1. **Anlass und richtiger Zeitpunkt**
2. **Zielgruppe/Kundenselektion**
3. **Werbemittel**
4. **Adressqualität**

Wir geben Ihnen mit diesem Dokument Empfehlungen für die Planung und Umsetzung Ihrer Print-Mailing-Aktion.



### 1. Anlass und richtiger Zeitpunkt

**Der richtige Zeitpunkt sowie ein treffender Anlass sind erfolgsentscheidend.**

Anlässe können zum Beispiel nach Kalender-Ereignissen, Kundenverhalten oder auch spezifischen Aktionsthemen gewählt werden.

**Kalenderanlässe:** Valentinstag, Ostern, Muttertag, Grillsaison, Jubiläum, Neueröffnung, Black Friday, Weihnachten, Geburtstag



**Kundenverhalten:** Erstkauf, Zweitkauf, Rückgewinnung, Cross-Selling, Upselling, Danke, Inaktivität



**Aktion:** Einladung, Produkt-News

**Berücksichtigen Sie eine ausreichende Vorlaufzeit sowie lange Gutscheinflaufzeiten.**

Der Erfolg steht und fällt mit einer sorgfältigen Planung.

- Planen Sie von der 1. Idee bis zur Zustellung ausreichend Zeit ein, ggf. mehrere Wochen.
- Wenn Idee, Layout und Adressen feststehen, kann die Kampagne in wenigen Tagen umgesetzt werden.



**Print-Mailings werden erfahrungsgemäß sehr lange aufbewahrt.**

- Bieten Sie lange Gutscheinflaufzeiten von mindestens 6 bis 12 Wochen an.
- Nach 4 Wochen sind erst ca. 50 % des Umsatzpotentials ausgeschöpft, die andere Hälfte folgt in den Monaten danach.\*



\*Quellen: CMC Print-Mailing-Studien 2018 bis 2022, cmc-studie.de



# How to: Tipps und Tricks für Ihre Print-Mailing-Aktion

## 2. Zielgruppe bzw. Kundenselektion

**Empfehlung: Sprechen Sie Ihre aktiven Bestandskunden an. Dies ist im Vergleich zur Reaktivierung deutlich erfolgversprechender.**



- Vermeiden Sie es, Kartei-Leichen anzusprechen.
- **Für den ersten Test:** Sprechen Sie Kunden an, die in den letzten 12 Monaten gekauft haben.\*
- Kunden, die erst kürzlich gekauft haben, lassen sich am besten zu einem Folgekauf motivieren.\*
- Erst wenn das aktive Kundensegment per Print-Mailing ausgeschöpft ist, sollten Sie ältere Kundensegmente ansprechen.
- **Übrigens:** Kunden mit höheren Durchschnitts-Warenkörben generieren eine bis zu 115 % bessere Conversion Rate.\*



**TIPP:** Stellen Sie Ihr Angebot in den Mittelpunkt!

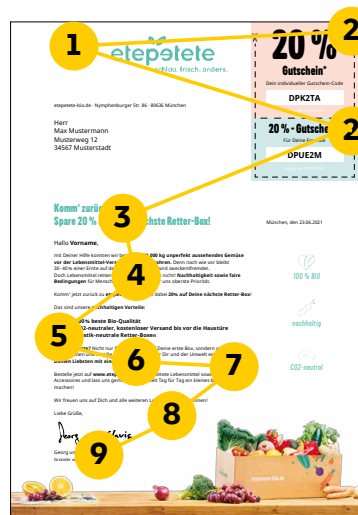
## 3. Werbemittel

**Empfehlung: Setzen Sie ein klassisches Brief-Mailing ein**



- Mit einer durchschnittlichen Conversion Rate von 5,7 % erzielt der Brief **25 % mehr Response** als andere Print-Mailing-Formate.\*
- Kunden, die auf einen Werbebrief reagierten, haben einen Durchschnittswarenkorb von 84,20 Euro. Das sind 7 % mehr als bei einem Selfmailer und 3 % mehr als bei einer Maxi-Postkarte.\*

**Beantworten Sie klar und verständlich die unausgesprochenen Leserfragen**



1. Wer schreibt mir...?
2. Warum schreibt er gerade mir...?
3. Was will er von mir...?
4. Was habe ich davon...?
5. Welche zusätzlichen Vorteile habe ich...?
6. Wer beweist mir das...?
7. Wie kann ich mehr erfahren...?
8. Was muss ich tun...?
9. Wer unterschreibt...?

\*Quellen: CMC Print-Mailing-Studien 2018 bis 2022, cmc-studie.de



# How to: Tipps und Tricks für Ihre Print-Mailing-Aktion

## 4. Adressqualität

**Empfehlung: Überprüfen Sie regelmäßige Ihren Adressbestand, denn...**



- ...jede siebte gespeicherte Privatkundenadresse ist nicht zustellbar\*
- ...zu 2,8 % aller Adressen kann eine Umzugsadresse geliefert werden\*
- ...6,5 % aller untersuchten Adressen können korrigiert werden\*
- ...2,8 % aller Adressen sind mehrfach in Datenbanken enthalten\*



Unsere Adressbereinigung prüft gegen 220 Mio. aktuelle und historische Datensätze und liefert Ihnen korrigierte und zustellgeprüfte Adressen.



Adressübermittlung



Adressprüfung



Adress-Audit



Ergebnislieferung



Korrektur und Nutzung

## Unsere Angebote

### Intuitiver Self-Service 24/7

Stellen Sie selbstständig online Ihren Adressabgleich ein und gleichen individuell Ihre Kundendateien ab. Durch ein kostenfreies Audit sind die Kosten absolut transparent.

**ADDRESSFACTORY**  
WEB

### Bequemer Fullservice

Als Ihr Service-Provider beraten wir Sie hinsichtlich Ihrer Anforderung und führen den Abgleich für Sie durch. Gemeinsam planen wir ein für Sie optimales Timing.

**ADDRESSFACTORY**  
TAPE



Hier geht's zum  
Direktmarketing-Guide  
Print-Mailings 2023

[Klicken Sie hier](#)

\*Quelle: Adress-Studie 2021

