



PRINT & DIGITAL CONVENTION

16. MAI 2023

Rockstar der Customer Journey:

DAS DIRECT MAILING

EIN MULTITALENT AUF DER HÖHE DER ZEIT

Prozesse, Abläufe und Messbarkeit der Awareness in den Maßnahmenketten haben sich in der Omnichannel-Kommunikation rasant entwickelt.

Alles dreht sich um die richtige Kundenansprache zur richtigen Zeit am richtigen Ort mit dem richtigen Angebot. Nach wie vor eine entscheidende wie unterstützende Rolle im Medienmix spielt





DAS DIRECT MAILING

DER ECHTE TOUCHPOINT

Nach dem pandemiebedingten Einbruch erholt sich das versendete Direct Mailing-Volumen laut Dialogmarketing-Monitor 2022 der Deutschen Post rasant. Bereits 2022 wurden wieder fast 6 Mrd € in das Universal-Vehikel investiert.





ATTENTION



CONTENT



WOW-EFFEKT

Mit zunehmender Datenqualität steigt die Möglichkeit der inhaltlichen Individualisierungs-Möglichkeiten – Auflagen werden weiterhin kleiner und spitzer, die Relevanz des haptischen Anstoßes gleichzeitig größer.

Aus Zielgruppen- wird Zielpersonen-Marketing. Und für diese Person muss alles passen: Aufmerksamkeit, Handling und beinhaltetes Angebot.

FAST JEDES PRINTMAILING IST AUCH EIN BISSCHEN DIGITAL

Selten wird ein Direct Mail in der heutigen Maßnahmenplanung als „Stand-Alone-Anstoss“ geplant.

So verweist es oft auf den Online-Shop, eine bestimmte Landingpage, bietet einen Code zum abscannen oder verknüpft die Kontakt- und Responsemöglichkeiten der Zielperson. Vom Print ins Web und zurück – die zeitgemäße Reise mit dem Ziel „Kundenzufriedenheit auf allen Kanälen“.





ZUM BEISPIEL...



EI, EI, SPIELEREI: DAS KNACK-MAILING

- themenbezogene Außenkontur
- auffälliger Öffnungsmechanismus
- knackige Werbebotschaft
- Führung in den stationären Handel



DAS HERZ GEHT AUF! SELFMAILER MIT GROSS- FLÄCHIGER KONTURSTANZE

- emotionaler Auftritt durch die Außenkontur
- zusätzlich aufgespenderter Waren- Flyer
- aufmerksamkeitsstarke und umfangreiche Promotionfläche
- kurze Vorlaufzeiten in der Produktion

GROSSE KLAPPE, VIEL DAHINTER: SELFMAILER MIT AUSSERGEWÖHNLICHER FÜHRUNG

- asymmetrischer Aufklapper
- hochwertige Grammaturn
- Promotionfläche rund um das Anschreiben





GLANZ & GLORIA: FOLIENHEISSPRÄGUNG & MEHR

- Premium-Auftritt mit Veredelungen
- personalisiert und auf das jeweilige Autohaus individualisiert
- Grammatik in Kartonstärke
- VIP-Einladung zur Modell-Präsentation

PRINT & DIGITAL CONVENTION – VOLLINDIVIDUALISIERT IM DIGITALDRUCK

- individuelle Anfahrtsroute
- Code führt zum individualisierten Video
- multimediale Verknüpfung im One to One Mailing

FAZIT: DAS DIRECT MAILING VERBINDET!



• Marken mit Menschen



• Angebote mit KundInnen



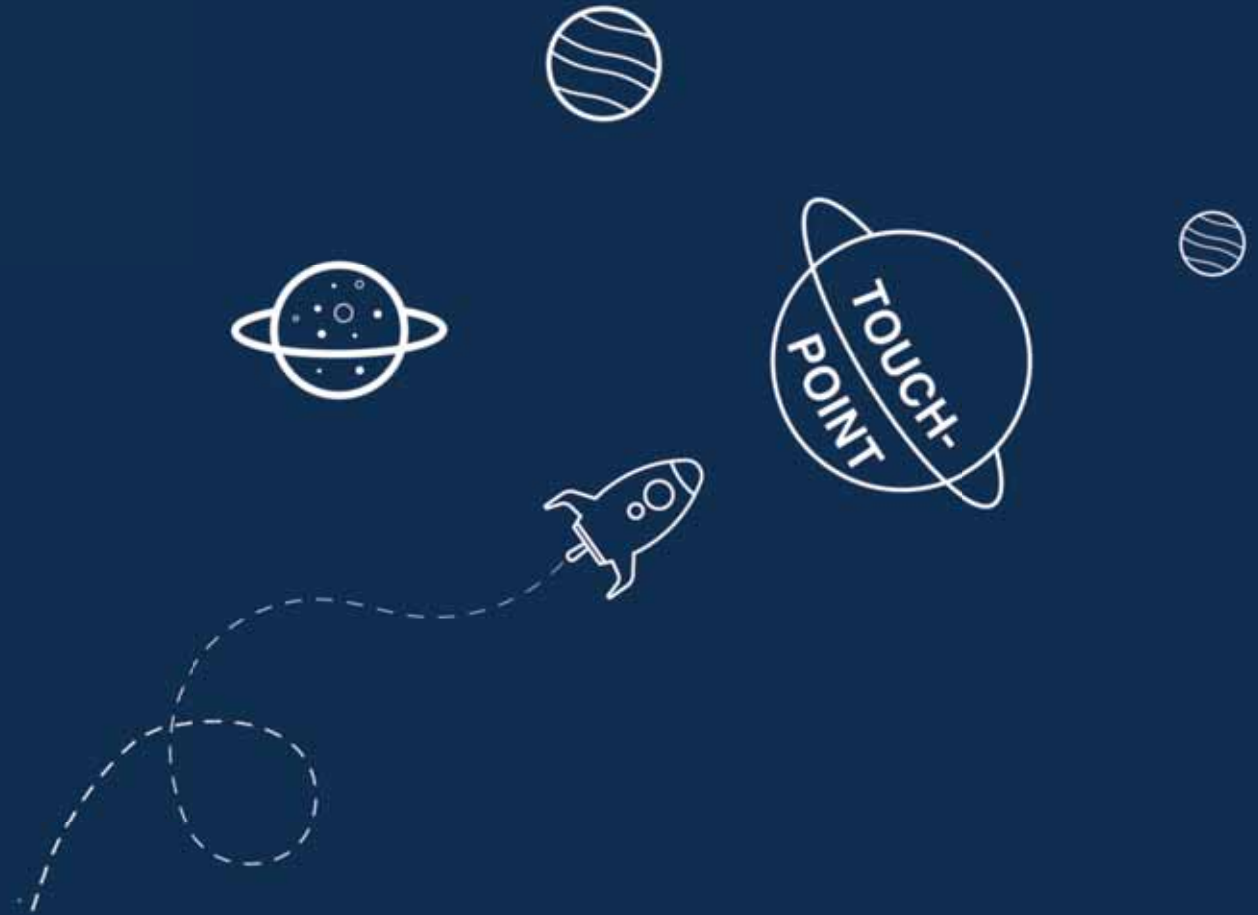
• Online- und Offline-Kanäle



• Bestandteile von Kampagnen



• Erwartungen und Ziele



"keep in touch"



Alles rund um Beratung, Planung und Produktion
für erfolgreiche Direct Mailing Aktionen.

Jürgen Hufnagel, geschäftsführender Gesellschafter





**UND AUCH HIER, AUF DER
PRINT & DIGITAL CONVENTION, STAND F10**

**VIELEN DANK FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT!**