



## **Direktmarketing**

## **Was ist Direktmarketing?**

**Direktmarketing ist Werbung, die sich vom Unternehmen DIREKT an den Kunden richtet.**

**Dabei sendet das Unternehmen ein Angebot, eine Ankündigung, eine Erinnerung oder eine andere Botschaft zu einer Person.**

## **Warum Direktmarketing?**

**Postsendungen haben weiterhin eine große Aufmerksamkeit:**

**98% der Menschen holen Post am selben Tag aus dem Briefkasten.**

**75% gehen die Post sofort durch.**

## **Warum Direktmarketing?**

**Online-Kunden, die einen gedruckten Katalog erhalten, kaufen öfter und verbringen mehr Zeit auf Webseiten:**

**Im Durchschnitt kaufen Kunden, die einen gedruckten Katalog erhalten 28% mehr als Kunden, ohne gedruckten Katalog.**

**Dieses Ergebnis ist unabhängig von Alter, Einkommen, Region oder Bildung.**

## **Vorteile von Direktmarketing**

### **Direktmarketing bietet**

- geringe Streuverluste**
- Personalisiert**
- Flexibel**
- Kosteneffizient**
- die Möglichkeit der „Eins zu Eins“ Kommunikation**

## **Meßbarkeit von Direktmarketing**

**Durch gezielte Aktionen, wie Coupons oder geographische oder demographische Selektionskriterien ist der Erfolg von Direktmarketing direkt meßbar:**

## **Direktmarketing im Marketing-Mix**

**Über individualisierte eMail oder individualisierte URL können gezielte Marketingaktionen auch über elektronische Portale gesteuert werden.**

# Das Konsumentenverhalten

## Konsumenten werden informiert über

- **neueste Produkte**
- **fördert Kaufentscheidungen**
- **Produktinformationen**
- **generiert Bedürfnisse**
- **es fördert Loyalität**



# Kreativität

**Sendungen müssen kreativ sein**

- **Aufmerksamkeit erregen**
- **Farbe**
- **Bilder**
- **außergewöhnliche Formate**
- **Feedback anfordern erzeugt erhöhte Aufmerksamkeit**

## **Probleme**

- **Durch Überflutung erhält jede einzelne Sendung weniger Aufmerksamkeit**
- **zuviel Post kann potentielle Kunden abschrecken**
- **Viele Kunden bewerten Direktmarketing als Abfall**
- **Designkosten können hoch sein**
- **Druckkosten relativ hoch**
- **Zielgruppengenaues Senden ist wichtig, da sonst die Streuverluste zu hoch sind**
- **Direktmarketing braucht Zeit**
- **Direktmarketing muss zeitlich gut getaktet werden, damit nicht zuviel Werbung ankommt**

## Lösung

- da es eine direkte Meßbarkeit gibt, sind Testläufe wichtig
- Zielgruppenauswahl ist extrem wichtig, um Post nur an die interessierten Kunden zu senden
- Kurz und bündig erzählen und erklären
- Personalisierung erhöht den Rücklauf um bis zum 50%
- Antwortmöglichkeiten vorgeben
- AIDA Prinzip!  
Aufmerksamkeit – Interesse - Wunsch - Aktion
- Call to action: Direkte Antwortmöglichkeit im Anschreiben.