

# PROFI-TIPPS FÜR IHREN MAILING-ERFOLG

**HEROLD**

bringt's zamm.

**Die Durchführung Ihrer postalischen Mailing-Aktion in 6 Schritten**



**1. Ziel festlegen und Budget planen**



**2. Mailing entwickeln & Briefftext entwerfen**



**3. Antwortschein / Response-Element entwickeln**



**4. Adressen selektieren und exportieren**



**5. Briefe/Mailing produzieren und versenden**



**6. Mailing nachbearbeiten**



# ZIELE FESTLEGEN & BUDGET PLANEN

**HEROLD**

bringt's zamm.

## Definieren Sie Ihr Aktionsziel und Budget

- **Mein Ziel:**

Was will ich mit dem Mailing erreichen? .....  
(z.B. neue Kunden / Interessenten gewinnen, Direkt-Verkauf, Terminvereinbarungen etc.)

- **Meine Mailing-Zielgruppe:**

Wen will ich mit dem Mailing erreichen? (z.B. Neukunden / Firmen, die in 50 km Umkreis liegen, Firmen ab 10 Mitarbeiter einer bestimmten Branche etc.)

- **Mein Angebot:**

(z.B. Produktrabatt, Produktvorstellung, Einladung zur Fachmesse, kostenlose Informationen etc.)

- **Gewünschte Reaktion:**

(z.B. Antwortschein / Response-Element vom Kunden ausgefüllt retourniert, Kunde meldet sich telefonisch, per E-Mail, Kunde bestellt direkt etc.)

- **Die Aktions-Stufen:**

(z.B. Mailing → Info → Nachfass)

- **Budgetplanung / Kosten für Mailing:**

Wie viel Budget habe ich zur Verfügung?  
Welche Auflage ist mit diesem Budget möglich?

- **Mailing-Auflage:** ..... **Stk. / Versandtermin:** .....

## Check Ziel/Budget: an alles gedacht?

### Zum Beispiel...

- Mailing-Ziel definiert?
- Zielgruppe definiert – wen will ich mit meinem Mailing erreichen?
- Mailing-Auflage festgelegt - wie viele Unternehmen sollen angeschrieben werden?
- Versand-Termin festgelegt?
- Versand-Termin saisonal ok?
- Angebot für Zielgruppe attraktiv?
- Angebot im Mittelpunkt?
- Nachfass-Strategie festgelegt?
- Kapazitäten für Nachfass bereitgestellt?
- Budgetplanung – an alle Kosten gedacht?  
(Papier, Kuverts, ggf. Erstellung Folder/Beilage..., Zukauf von Adressen, ggf. Druckkosten, Portokosten etc.)



# MAILING ENTWICKELN & BRIEFTEXT ENTWERFEN

**HEROLD**

bringt's zamm.

## Entwickeln Sie Ihren Mailing-Brief

• **Welchen Hauptnutzen biete ich an?:** .....

.....  
(z.B. preisgünstiges Produkt, persönliche Beratung, Service-Leistung, Einladung, wichtige Infos...)

• **Mein „Aufhänger“:** .....

(z.B. Info-Aktion, Rabatte, Produkt-Neuheit, Messe-Einladung...)

• **Meine Produkt- und/oder Service-Vorteile:** .....

.....  
(z.B. Produkt-Leistungen, 24-Std. Service, Lieferservice, Onlineshop...)

• **So befriste ich mein Angebot:** .....

(z.B. Angebot gilt nur bis....., Bitte antworten Sie bis...)

• **Eventuell Zusatzanreiz:** .....

.....  
(z.B. Werbegeschenk, Gutschein als Dankeschön für Reaktion, Sonderpreis für die ersten 20 Reagierer...)

• **Bei Datenzukauf Angabe der Quelle  
(Ursprungsdateisystem) nicht vergessen.**

• **Mustertexte nutzen!**

## Check Mailing/Brieftext: An alles gedacht?

**Zum Beispiel...**

- „Schlagzeile“ als Überschrift?
- Namentliche-/ persönliche Anrede?
- SIE-Sätze statt WIR-Sätze?
- Nutzen für Kunden ist anschaulich?
- Angebot plakativ?
- Angebot befristet?
- Kurze Sätze (max. 1 ½ Zeilen)?
- Kurze Abschnitte (max. 5 Zeilen)?
- Wichtiges hervorgehoben, z.B. fett?
- Klare Handlungsaufforderung?
- Passt „Zusatzanreiz“ zum Produkt/Angebot?
- Persönliche Unterschrift am Briefende?
- P.S. mit besonderem Vorteil/Zusatzinfo?
- Text Korrektur gelesen (ist fehlerfrei)?



# ANTWORTSCHEIN / RESPONSE-ELEMENT ENTWICKELN

**HEROLD**

bringt's zamm.

## Entwickeln Sie ein Response-Element

Keine Antwort ohne ein Response-Element! (Vordefinierte Antwortmöglichkeiten ermöglichen auch eine fachgerechte Evaluierung der Aktion).

### • Mein „Ja-Text“ (in Stichworten)?

Ja, .....

### • Als Antwort-Optionen biete ich an:

Bestellung von Produkten .....

Zusendung von Info-Material .....

JA zur Einladung: .....  NEIN, weil: .....

### • Meine bevorzugte Antwort:

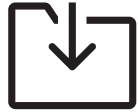
Telefon Nummer ..... Name Ansprechpartner .....

E-Mail Adresse ..... Name Ansprechpartner .....

## Check Antwortschein: An alles gedacht?

### Zum Beispiel...

- Gestaltung großzügig?
- Antwortschein einfach auszufüllen?
- Kundenadresse vorpersonalisiert?
- Eigene Firmenadresse genannt?
- Ausfüll-Felder optisch hervorgehoben?
- Angebotswiederholung im „Ja“-Text kurz und klar?
- Zum Ausfüllen und Abschicken aufgefordert?
- Befristung des Angebots wiederholt?
- Bei Bestellung: Garantie, Rückgaberecht, AGB erwähnt?
- Interne Kapazitäten für Bewältigung der Anfragen geprüft?
- Text Korrektur gelesen (ist fehlerfrei)?
- Opt-in und Opt-Out Möglichkeit für weitere Kontaktaufnahme (Formulierung rechtlich abgesichert, konform DSGVO und TKG§ 107 )?



# ADRESSEN SELEKTIEREN & EXPORTIEREN

**HEROLD**

bringt's zamm.

## Selektieren und Exportieren Sie Ihre Adressen

- [www.mdonline.eu](http://www.mdonline.eu)

- **Definieren Sie Ihre wesentlichen Selektionskriterien:**

**1. Region**

(Bundesländer, Postleitzahlen, Orte etc.)

**2. Branche**

(einfache Suchhilfe der Wunschbranche durch Eingabe eines Suchbegriffes im Suchfenster oder durch Suche in der Kategorie)

**3. Merkmale**

(z.B. Umsatzgröße, Mitarbeiteranzahl, Rechtsform etc...)

**4. Entscheider**

(jene Person, die Sie direkt ansprechen möchten, z.B. Geschäftsführer, Inhaber, Marketingleiter...)

- **Exportieren Sie Ihre Zielgruppenliste:**

1. Exportliste im Ergebnisse-Bereich überprüfen
2. Export-Einstellungen anpassen
3. Die gewünschten Daten im Format Ihrer Wahl exportieren

## Check Adressen: An alles gedacht?

**Zum Beispiel...**

- In welchem Umkreis, in welcher Region sollen sich die Firmen befinden?
- Für welche Branche/n ist mein Angebot interessant?
- Gibt es auch unternehmensinterne Adressen, die verwendet werden sollen? Sind diese noch aktuell?
- Wer sind die Ansprechpartner in den Unternehmen – wer kann über mein Angebot entscheiden?
- Testlauf Serienbrief ok – Anschriftenfeld ist lesbar und richtig gestaltet (Post-Richtlinien beachtet)?



# BRIEFE / MAILING PRODUZIEREN & VERSENDEN

**HEROLD**

bringt's zamm.

## Produzieren und versenden Sie Ihre Mailings

- Briefmarken (oder Frankiermaschine) entsprechend der Auflage bereitstellen.
- Bei größeren Auflagen Porto-Beratung der Post nutzen (Stichwort „Info.Mail“).
- Versandkuverts vorbereiten.
- A4-Blatt für Antwortschein, Briefbögen und evt. Adress-Etiketten entsprechend der Versandmenge bereitstellen.
- Gegebenenfalls Mailing-Prospekt oder Folder bereitstellen.
- 5 bis 10 Test-Mailings erstellen: Briefe und Antwortscheine ausdrucken, falten und kuvertieren.
- Gewicht und Porto abstimmen – ggf. Gewicht einsparen.
- Fensterstand der Brief-Adressen prüfen bei Verwendung von Fensterkuverts.
- Briefe und Antwortscheine ausdrucken.
- Briefe, Antwortscheine und ggf. Prospekte kuvertieren und frankieren bzw. das Post-Service „Info.Mail“ nutzen.
- Mailings an Post liefern.

## Check Produktion/Versand: An alles gedacht?

### Zum Beispiel...

- Unterschrift am Brief?
- Alle Mailingbestandteile im Kuvert (Brief, Antwortschein und ggf. Prospekt...)?
- Adressenstand richtig im Brief-Fenster?
- Porto/Gewicht geprüft?
- Porto-Optimierung mit der Post abgestimmt (Info.Mail)?
- Prospekt auf Briefformat falzbar?
- Bei Versand in mehreren Schritten – Briefdatum jeweils angepasst?
- Auflage/Menge geprüft?
- Mailing-Adressen aus eigenem Bestand markiert (z.B. für Nachfass?)



# MAILING NACHBEARBEITEN

**HEROLD**

bringt's zamm.

## Nachbearbeitung Ihres Mailings

- Telefon- (Fax) Leitungen für Rückläufe bereitstellen und freihalten.
- Angegebene E-Mail Adressen regelmäßig auf Eingänge überprüfen.
- Response-Checkliste anlegen und führen.
- Anzahl der eingehenden Reaktionen, Antworten mit Tagesdatum, Reaktionsweg (Post, E-Mail, Fax, Tel.) und angekreuzter Antwort erfassen.
- Versand des angeforderten Info-Materials innerhalb von 5 Werktagen nach Eingang der Antwort.
- Möglichst alle „Reagierer“ (Kontakte, die auf das Mailing reagiert haben) nachfassen (DSGVO und TKG, Telekommunikationsgesetz § 107 beachten).
- Nicht-Reagierer nachfassen (Nachfass-Brief).
- Gegebenenfalls Außendienst zur Nachbearbeitung und für persönliche Besuche einschalten.
- Retouren zu eigenen Adressen überprüfen und in Kundendatei pflegen.
- **Evaluierung der Aktion!** Ermitteln der Rücklaufquote; Anzahl Reagierer, Anzahl Verkäufe, Anzahl Anmeldungen etc.

## Check Nachbearbeitung: An alles gedacht?

### Zum Beispiel...

- Response-Checkliste(n) vorbereitet/verteilt?
- Kapazitäten für Response-Erfassung bereit?
- Internes Handling der eingehenden Reaktionen abgestimmt?
- Reagierer nachgefasst (unter Beachtung der DSGVO und des TKG, Telekommunikationsgesetz § 107)?
- Nicht-Reagierer nachgefasst (Nachfass-Brief)?
- Zuständigen Außendienst Mitarbeiter involviert?