



7 Tipps für ein erfolgreiches Mailing

Sie wollen ein Mailing starten? Beachten Sie unsere 7 Tipps und erhöhen Sie den Erfolg spürbar.

Was wollen Sie mit dem Mailing erreichen

Verfolgen Sie nicht zu viele Ziele auf einmal. Konzentrieren Sie sich auf ein, maximal zwei Ziele.

Mit der Adresse fängt es an

Die häufigsten Fehlerquellen findet man rund um die Adresse. Nicht nur die richtige Straße und Postleitzahl sind wichtig. Der richtige Ansprechpartner ist entscheidend. Sonst landet Ihr Mailing auf dem falschen Schreibtisch. Von dort ist es zum Papierkorb nicht mehr weit. Nicht selten kommt es vor, dass Adressaten das Unternehmen bereits seit Jahren verlassen oder gar gestorben sind.

Es verwundert manchmal, was aus Namen gemacht wird. Überprüfen Sie unbedingt die Adressen und deren Schreibweise.

Beachten Sie die Unternehmensgröße. Je größer ein Unternehmen, desto mehr Entscheider sollten angesprochen werden.

Seien Sie persönlich.

Gestalten Sie das Mailing persönlich. Das fängt mit der Anrede an. Vermeiden Sie den Eindruck einer Massensendung. Hinweise auf Info-Post, Kundennummern oder sonstige Codierungen gehören nicht in das Anschreiben. Unterschreiben Sie wenn möglich eigenhändig – eine eingedruckte Signatur fällt trotz mittlerweile guter Qualität immer noch auf.

Animieren Sie zum Lesen

Das fängt mit dem Betreff an. Verwenden Sie eine klare Sprache. Schreiben Sie in kurzen Sätzen. Überzeugen Sie mit Argumenten aus Kundensicht. Der Nutzen für den Anwender hat Vorrang vor den Produkteigenschaften.

Führen Sie einen Dialog – nicht Monolog

Geben Sie dem Empfänger die Möglichkeit, einfach, unkompliziert und ohne großen Aufwand auf Ihren Monolog zu reagieren. Erst dann entsteht ein Dialog. Verweisen Sie auf Ihre Homepage oder legen Sie eine Antwortkarte bei.

Planen Sie Ihren Dialog ruhig über mehrere Runden. Verbinden Sie Ihre Aktion, z.B. im Internet oder mit Anzeigen.

Informieren Sie das eigene Team

Informieren Sie rechtzeitig Ihre Mitarbeiter im Innen- und Außendienst. Es ist peinlich, wenn Kunden Ihren „ahnungslosen“ Außendienst auf ein Mailing ansprechen.

Die eigentliche Arbeit beginnt nach dem Versand

Planen Sie viel Zeit für die Nachbearbeitung ein!

Pflegen Sie die gewonnenen Daten der Interessenten. Seien Sie dabei besonders gründlich. Bereiten Sie den personalisierten Versand angeforderter Unterlagen sorgfältig vor. Hier können Sie noch alles verlieren. Verärgern Sie die Interessenten nicht durch lange Reaktionszeiten oder falsche Schreibweisen.

Messen und analysieren Sie den Erfolg der Aktion.