

# Ein erfolgreiches Lächeln

## Markethink wirbt mit einer starken Dialogidee



Im Fussball würde man von einem Bilderbuchtor sprechen. Im Direct Marketing gibt es diesen Begriff zwar nicht, das Mailing der Unternehmensberatung Markethink in St. Gallen hat jedoch voll ins Schwarze getroffen!

Das Spiegelmailing von Markethink spricht nicht nur an, es spricht sogar mit den Empfängern.

Der Mensch ist von Natur aus neugierig. Diesen Charakterzug hat sich Markethink bei der Gestaltung des Dialogkonzeptes zu Nutze gemacht. Das Couvert weckte mit der personalisierten Frage in der Sprechblase bereits Interesse: «Auf der Suche nach mehr Wirkung bei tieferen Budgets für (Name des Unternehmens)?» Die Frage wurde mit der persönlichen Signierung zusätzlich verstärkt. Wer den Brief dann öffnete, las in grossen Lettern: «Haben Sie nicht ein grösseres Lächeln verdient?» Sonst stand nichts. Die eigentliche Botschaft war unter dem Spiegel versteckt, der dem Leser des Briefes das eigene Lächeln zeigte. Und eben, der Mensch ist neugierig. In der Regel entfernt er also den Spiegel und liest, was darunter geschrieben steht. Und die Aussage ist klar: Wer Markethink als Unternehmensberater wählt, lächelt breiter und entspannter.

### Konsequent auf Dialog gesetzt

«Die Kernidee ist die konsequente Umsetzung des Dialogs durch die Sprechblase und die durchgängige Dialogführung mit Einbezug des Empfängers als aktiven Dialogpartner», umschreibt Jürg Weibel, Inhaber von Markethink, seine Aktion. Die Sprechblase ist das zentrale Element des Corporate Designs des St. Galler Unternehmens. Ein individueller Bezug zur Firma und zur angesprochenen Person wurde nebst Couvert und Brief auch auf der Antwortkarte gemacht. Dass das Mailing mit den gewöhnlichen Briefschaften von Markethink umgesetzt wurde, zeigt zudem eindrücklich, dass eine gute Idee nicht teuer sein muss. Nur haben muss man sie!

### Über 50% Rücklauf!

150 Mailings hat Markethink per Post versandt und wurde wohl selbst vom erstaunlichen Rücklauf überrascht: Über 50% haben die Rückantwortkarte zum Briefkasten gebracht oder mittels Fax, Telefon, E-Mail oder via Homepage ihr Interesse bekundet. Wahrlich ein phantastischer Rücklauf!

<b>Absender</b>	Markethink, Unternehmensberatung, St. Gallen
<b>Ziel</b>	15% Response, davon 10% telefonische Kontakte und Terminvereinbarungen, von denen 4% zu Offerten und Aufträgen führen sollten
<b>Umsetzung</b>	Mailing bestehend aus Umschlag, Brief mit Spiegel in Sprechblasenform und Antwortkarte
<b>Zielgruppe</b>	Kunden: Kleine und mittlere Unternehmen
<b>Auflage</b>	150 Exemplare, weitere Tranchen geplant
<b>Ergebnis</b>	Über 50% Response!
<b>Agentur</b>	blicken, Multimedia Gestaltung, St. Gallen