

For members only

Die Dannemann AG trifft mit ihrem VIP-Mailing ins Schwarze



Ein durchdachtes Konzept, eine affine Zielgruppe und eine produktionstechnisch raffinierte Umsetzung sind die Ingredienzen für den Erfolg der Mailingaktion von Dannemann.

Die Direktwerbeaktion von Dannemann besticht durch ihre Einfachheit und die klare Leserführung. «Willkommen im Kreis der Geniesser!», begrüßte das Mailing mit personalisierter VIP-Karte den Empfänger und lud ihn ein, Mitglied im exklusiven Dannemann-Club zu werden. Wen es interessierte, der konnte sich online oder via Antwortkarte anmelden. Schnellen Reagierern winkte eine Packung Cigarren oder Cigarillos und als weiteren Teaser verlost Dannemann acht luxuriöse Smoker Nights für je elf Personen. Mit dem Wettbewerbspreis wollte der

Cigarren- und Cigarillos-Anbieter vermeiden, dass sich Nichtraucher anmelden. Wie die Auswertung der erhaltenen Rauchermerkmale der Anmelder zeigte, hat diese Überlegung voll ins Schwarze getroffen.

Der elektronische Response-Kanal fand im Mailing eine starke Gewichtung. So waren für die Online-registrierung Username und Passwort bereits vorge-druckt. Wer sich registrierte, musste nur noch seine E-Mail-Adresse und sein Geburtsdatum ergänzen – die Adressdaten waren in der Datenbank hinterlegt. Und die Rechnung ging auf: «Über 1400 Neumitglieder meldeten sich online an! Wir konnten damit die Kosten fürs Response Management senken, die Frequenz auf der Website steigern, Doppel und Fehlerfassungen vermeiden und E-Mail-Adressen gewinnen!», so Anita Göggel von der beratenden Agentur agora dialog ag.

Auch produktionstechnisch ist der Selfmailer interessant: Der Wickelprospekt wurde im Endlosformat beidseitig vierfarbig bedruckt und anschliessend dreifach personalisiert. In einem weiteren Arbeitsgang wurde die VIP-Karte auf beiden Seiten foliert und gestanzt, die Antwortkarte perforiert und mit einem Selbstklebestreifen versehen. Zwei ablösbare Leimpunkte verschlossen das Mailing.

Absender	Dannemann AG, Genf
Ziel	Bestehenden Mitgliederkreis von 3400 auf 6000 Mitglieder erweitern. Gewinnung von Genussrauchern, d. h. Liebhabern von Cigarren und Cigarillos
Umsetzung	Selfmailer mit personalisierter Membercard, mit integriertem Antwortelement und mit persönlichem Passwort und Username für die Onlineregistrierung
Zielgruppe	Interessenten, die über mehrere Jahre aus Wettbewerben, POS- und Samplingaktionen, Sponsoring und Messeteilnahmen gewonnen worden waren
Auflage	34 687 Mailings
Ergebnis	Mit 3461 Anmeldungen reagierten just 10% der Zielgruppe. Damit wurde das gesteckte Ziel von 2600 Neumitgliedern übertroffen. Fast die Hälfte meldete sich online an.
Agentur	agora dialog ag, Zürich