

Sämtliche Vorteile auf einen Blick

Tribune de Genève informiert die Leser via DirectSelfmailer



Im Herbst 2004 erhielt die beliebte Westschweizer Tageszeitung Tribune de Genève ein neues Kleid. Um die Leserschaft darüber zu informieren und noch stärker an die Tageszeitung zu binden, wurde ein DirectSelfmailer verschickt, der auf einen Blick sämtliche Vorteile der erneuerten Zeitung vorstellte.

Tribune de Genève arbeitet seit längerem erfolgreich mit der Post zusammen und zögerte deshalb keine Sekunde, als sie angefragt wurde, den DirectSelfmailer zu testen. Die Marketingabteilung erkannte rasch, dass sich diese **kompakte und effiziente DM-Lösung erfolgreich für die Kundenbindung einsetzen lässt**. Der Herbst 2004 war der perfekte Zeitpunkt. Die Zeitung erneuerte ihren Auftritt, und die Abonnenten sollten kurz, aber umfassend darüber informiert werden. Bei dieser Gelegenheit erhielten sie auch die Möglichkeit, ihr Abonnement in ein Jahresabonnement umzuwandeln oder zu wählen, ob sie die Tribune de Genève nur noch an gewissen Wochentagen erhalten möchten.

Mittels **DirectSelfmailer mit Lasche** kam die Information über die erneuerte Tribune de Genève **schnell und unkompliziert** bei über 50 000 Abonnenten an. Sie erfuhren auf einen Blick alles über die erweiterten Inhalte und den exklusiven Club mit vielen Sparvorteilen. Mit einer integrierten Member-get-Member-Aktion konnten die Leser zudem ihre Zeitung Freunden und Bekannten weiterempfehlen.

Die Lasche ist bedruckbar und bietet Platz für die Frankatur. Die ganzseitig bedruckbare Vorderseite bietet viel Platz für wichtige Informationen wie z. B. einen kurzen Angebotsbeschreibung oder einen Teaser. Dank Perforation lassen sich auf einer Seite zwei Antwortelemente platzieren. Die Leserführung wurde übersichtlich mit einer Nummerierung unterstützt.

Mit dem Response war die Tribune de Genève mehr als zufrieden und wird den DirectSelfmailer in Zukunft vermehrt einsetzen. Denn **hier stimmen Preis und Leistung, das Format überrascht und der Antwortprozess ist für den Leser schnell und einfach**.

«Der DirectSelfmailer ist eine äusserst willkommene Abwechslung für unsere Kommunikation. Wir setzen ihn unter anderem für die Kundenbindung ein.»

Isabelle Tuetey
Marketingverantwortliche Tribune de Genève