

Sags mit Mandelbärchen

Sympathische Vorstellung mit PostPac Promo von PostLogistics



Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft oder eignen sich in idealer Weise, um auf sympathische Art Kontakte zu knüpfen. Mit einem Bärenpärchen aus feinem Mandelgebäck gaben die bei PostLogistics neu für die Betreuung der KMU zuständigen KundenberaterInnen ihren Einstand.

Dass sich PostLogistics einem Päckli bei ihren Kunden bemerkbar macht, versteht sich eigentlich von selbst. Das 3-D-Mailing, mit dem sich die neuen KundenberaterInnen bei ihren Ansprechpersonen vorstellten, wartete mit einer Überraschung der leckeren Art auf: Zwei feine Biskuitbärchen begleiteten das Kurzporträt mit Foto der zuständigen Beratungsperson. Das Ganze war in einem praktischen PostPac sauber und versandsicher verpackt. Die bärensüsse Versuchung fand grossen Anklang und löste ein durchwegs positives Echo aus:

Nahezu ein Viertel der angesprochenen Zielpersonen schickte die Antwortkarte zurück und weit über die Hälfte der Reagierer wollte ihre neu zugeteilte Beratungsperson persönlich kennen lernen. Fazit: Lasst Bärchen sprechen!

PostPac: 3-D-Wirkung, die packt

Das Versenden von dreidimensionalen Mailings, die von den Empfängern kaum ignoriert werden können, muss nicht zwingend mit viel Verpackungsaufwand verbunden sein. Mit dem PostPac bietet die Schweizerische Post eine Lösung an, mit der sich ein 3-D-Aussand effizient und gleichzeitig wirkungsvoll umsetzen lässt. Es steht in acht Grössen zur Verfügung, sieht ansprechend aus und bringt den Inhalt sicher geschützt ans Ziel. Das raffinierte Faltkonzept ermöglicht ein einfaches und schnelles Verpacken mit wenigen Handgriffen.

Absender	Die Schweizerische Post, PostLogistics
Ziel	Den Kunden im Bereich Retail Account Business (KMU) die neuen Ansprechpersonen vorstellen; Auffrischung des Kundenkontakts
Umsetzung	3-D-Mailing, basierend auf einem PostPac, mit kombiniertem Info-/Response-Element, Visitenkarte und zwei Mandelgebäck-Bärchen als Give Away; telefonische Nachfassaktion durch die Kundenberater
Zielgruppe	Retail-Account-Business-Kunden mit einem Umsatzvolumen von mindestens CHF 25 000.–
Auflage	3000 Exemplare
Ergebnis	23,5% der angeschriebenen Kunden reagierten auf das Mailing, von diesen wünschten rund 60% einen persönlichen Kontakt
Agentur	–