

## DM-Tipp

Damit das Fulfillment klappt wie am Schnürchen



**Je besser Sie die Rücklaufverarbeitung vorbereiten, desto kürzer werden Ihre Reaktionszeiten – eines der wichtigsten Kriterien beim Fulfillment. Wer seine Ware schnell erhält, fühlt sich gut bedient und ernst genommen. Und er/sie wird wiederkommen! Unsere 15 Praxistipps unterstützen Sie bei der Vorbereitung der Rücklaufverarbeitung.**

### **15 Praxistipps für die Planung des Fulfillments**

1. Um eine zügige Rücklaufverarbeitung und die sofortige Beantwortung der eingehenden Anrufe sicherzustellen, lohnt es sich eventuell, den Aussand über mehrere Tage zu verteilen. Die **Staffelung des Aussandes** ist auch sinnvoll, wenn die Adressen telefonisch nachgefasst werden, denn zwischen Erhalt des Mailings und dem Nachfass-Anruf sollten nicht mehr als 21 Tage vergehen.
2. Erstellen Sie bereits im Vorfeld **Rücklaufprognosen**, wenn möglich basierend auf Erfahrungswerten, Testergebnissen und/oder Benchmarking innerhalb der Branche.
3. Machen Sie sich rechtzeitig über ein allfälliges **Outsourcing** von telefonischem und/oder schriftlichem Rücklauf Gedanken. Möglich ist zum Beispiel, nur die Anrufe, welche infolge besetzter Leitungen nicht beantwortet werden können, oder Anrufe, die abends oder am Wochenende eintreffen, von einem professionellen Contact oder Call Center verarbeiten zu lassen.
4. Stellen Sie **Prospektmaterial, Waren und Incentives** bereit, sobald der Angebotsmix der DM-Aktion definiert und die Rücklaufprognosen erstellt sind.
5. **Begrüssen Sie Erstbesteller** im Kreis Ihrer Kunden. Ein kleines Präsent, ein Erstrabatt oder ein Gutschein für die nächste Bestellung werden die Wirkung nicht verfehlen. Planen Sie die internen Prozesse für die Erkennung der Erstbesteller, das Personalisieren von Briefen und Gutscheinen etc. schon im Vorfeld.
6. Planen Sie die **Personalkapazität** für die Verarbeitung des telefonischen, elektronischen und schriftlichen Rücklaufs aufgrund der Rücklaufprognosen.
7. Denken Sie daran, am **Zustelltag genügend Personal** für die Bearbeitung des telefonischen und elektronischen Rücklauf einzusetzen. Telefonische, Fax- und E-Mail-Rückläufe beginnen am selben Tag, erste A-Post-Rückantwortsendungen dürfen Sie am Tag darauf erwarten.
8. Stellen Sie rechtzeitig die **Infrastruktur und Hilfsmittel** wie Scanner für Bar- und Data-Matrix-Codes oder für Handschrifterkennung, Erfassungsmasken und Verifizierungsprogramme mit sofortiger Dubletten- oder Orterkennung bereit.
9. **Schulen** Sie das **Call-Center-Personal** noch vor dem Aussand punkto Verhalten am Telefon, Produktkenntnisse, Reklamationsbehandlung, mögliche Fragestellungen etc. damit möglichst viele Anrufe direkt und kompetent beantwortet werden können (Zeitgewinn und zufriedene Kunden!).
10. Legen Sie auch Wert auf die **Schulung des Personals für die Datenerfassung**, damit die Fehlerquote tief bleibt, Adressdaten richtig erfasst und mutiert werden und die Ergebnisse durch richtiges Erfassen der Codes aussagekräftig sind.
11. Versuchen Sie, die Prozessabläufe so zu gestalten und das Personal so zu instruieren, dass **Fehler minimiert** werden. Sollte es dennoch zu Fehllieferungen und somit zu Reklamationen kommen, zeigen Sie sich kulant!
12. Insbesondere bei telefonischen, Fax-, E-Mail- und Internetbestellungen gilt: **Die Kundenwünsche schnell erfüllen!**
13. Berechnen Sie den **Halbwertzeitpunkt**, sobald der Rücklauf nachlässt und überprüfen Sie die **Lagerbestände** von Waren und Prospektmaterial.
14. Nutzen Sie den Kontakt mit Ihren Kunden, um der Sendung **neue Angebote und Bestellkarten beizulegen**. Achten Sie dabei darauf, dass die Angebote aktuell und nicht einfach eine Wiederholung der Initialwerbung sind.
15. Achten Sie auf eine **fachgerechte Verpackung** der Waren und des Informationsmaterials und überlegen Sie sich, ob Sie wo sinnvoll die **Verpackung als Kommunikationsinstrument** (z.B. durch Bedrucken mit einem Claim etc.) nutzen können.

**Weitere Informationen unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint).**

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)