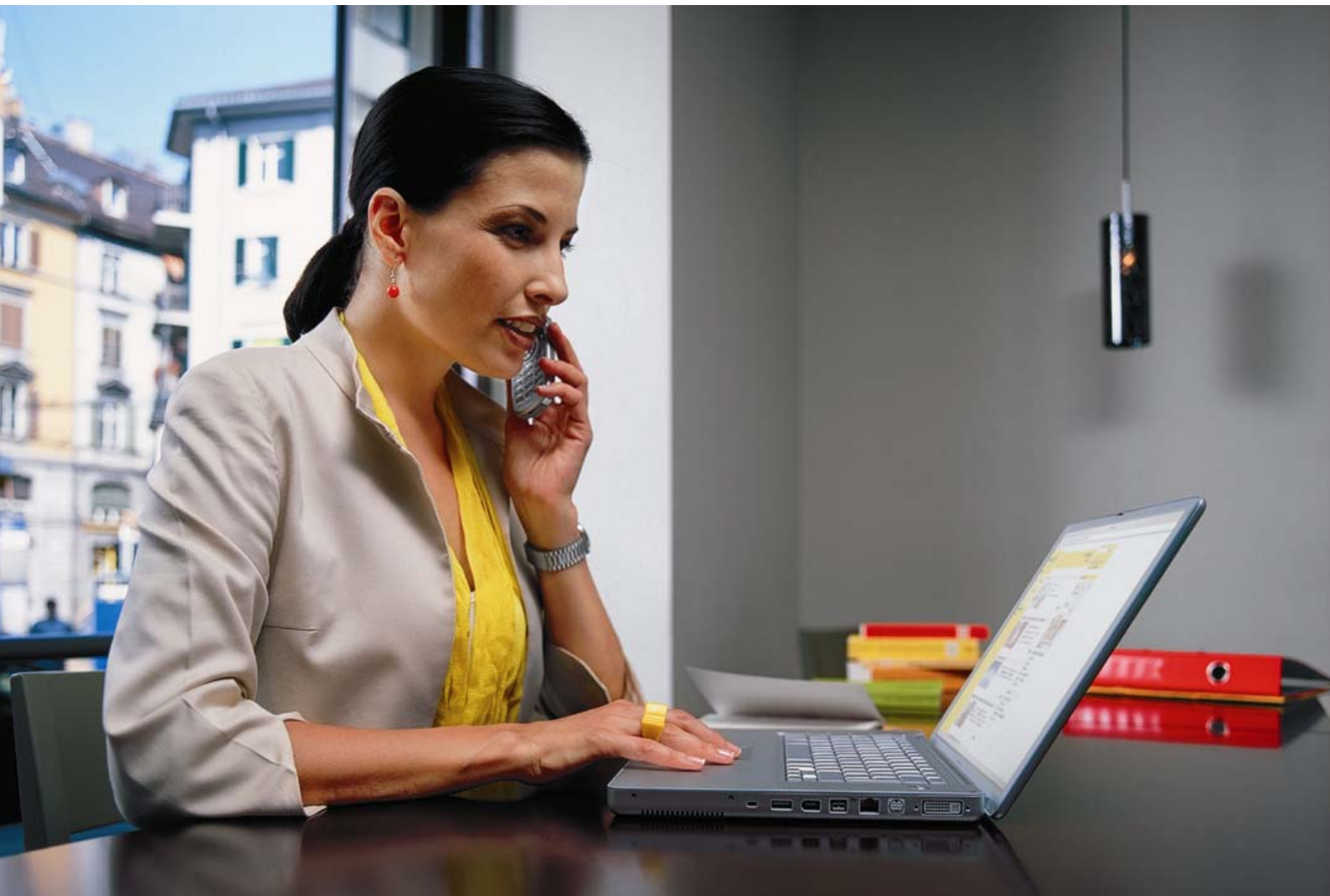


DM-Tipp

Das gehört auf ein Response-Element



Kennen Sie diese Situation? Sie möchten schnell etwas bestellen, finden aber die Telefonnummer nicht oder das Antwortformular verlangt von Ihnen so viele Informationen, dass Ihnen die Geduld ausgeht. Machen Sie's mit Ihren Kunden anders!

Die Anforderungen an ein Response-Element hängen stark vom gewählten Medium und vom Angebot ab. Trotzdem gibt es einige Punkte, die für jede Art von Antworten Gültigkeit haben. Unsere Tipps sollen als Anregung dienen und sicherstellen, dass bei Ihrem spezifischen Response-Element nichts Wichtiges vergessen geht.

Tipps für die Gestaltung von Response-Elementen

1. Bezeichnen Sie das Response-Element als solches (Antwortkarte, meine Bestellung etc.).
2. Schreiben Sie entweder aus Sicht des Kunden (meine Bestellung) oder aus Ihrer Sicht (bitte bestellen Sie ...).
3. Gestalten Sie das Response-Element übersichtlich und klar.
4. Erleichtern Sie dem Kunden das Antworten, indem Sie möglichst viel vordrucken. Je weniger der Kunde ausfüllen muss, desto besser. Ausserdem vereinfacht die Standardisierung der Antworten die spätere Erfassung.
5. Drucken Sie wenn möglich die Kundenadresse vor und lassen Sie genügend Raum für Einträge und Korrekturen.
6. Verlangen Sie nur bei Direktbestellungen mit höherem Auftragswert eine Unterschrift.
7. Vermerken Sie bei Direktbestellungen Garantien und Rückgaberechte.
8. Platzieren Sie Telefon- und Faxnummer, Web- und E-Mail-Adresse gut lesbar an prominenter Stelle.
9. Achten Sie bei der Papierwahl auf die Beschreibbarkeit (gestrichene Papiere meiden).
10. Vorfrankierungen und Gratistelefonnummern schätzt der Kunde, sie verursachen aber Kosten.

a) Allgemeine Informationen

11. Auf jedes Response-Element gehören: Koordinaten des Anbieters, Angebot mit Kästchen zum Ankreuzen oder freie Felder zum Eintragen (bei Direktbestellung mit Preisangabe, Gültigkeit des Angebots oder Datumsvermerk und Versand-Konditionen).

b) Wettbewerbe und Verlosungen

12. Vermerken Sie bei Gewinnspielen den Einsendeschluss.
13. Ein Gewinnspiel darf nicht mit einer Bestellung gekoppelt sein. Sie müssen dem Reagierenden die Möglichkeit geben, "Ich nehme nur am Wettbewerb (respektive an der Verlosung) teil" anzukreuzen.

c) Marketing-Aspekte

14. Möchten Sie den Kunden eine Information abfragen, die für Ihre weiteren Marketing-Aktivitäten relevant ist? Zum Beispiel E-Mail-Adresse, Interesse an anderen Produkten oder am Newsletter etc.. Hier bietet sich Gelegenheit dazu.
15. Planen Sie, die Kundenadresse weiterzugeben? Dann müssen Sie den Kunden um Einverständnis bitten. Die Erstbestellung eignet sich dazu gut.
16. Sehen Sie genügend Raum für handschriftliche Einträge vor, falls Sie von Ihren Kunden Bemerkungen, Wünsche, Anregungen wünschen.

d) Technische Aspekte, Weiterbearbeitung

17. Stimmen Sie Aufbau und Gestaltung des Response-Elements mit der Logistik ab und führen Sie eine Probeerfassung durch.
18. Platzieren Sie Kundennummer und Werbecodes für Adressherkunft und Medium so, dass Ihre Mitarbeiter diese einfach erfassen und die Retouren bearbeiten können ohne sie zu öffnen.
19. Stimmen Sie bei automatisierter Response-Verarbeitung Schrift und Papier auf die Anforderungen der Maschine ab.
20. Berücksichtigen Sie bei Antwortkarten die postalischen Vorschriften in Bezug auf das Papiergewicht.
21. Prüfen Sie die Faxtauglichkeit und meiden Sie dunkle Grundfarben und Rottöne sowie sehr kleine Schriften.

Weitere Informationen unter www.post.ch/directpoint.

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint