

DM-Tipp

Mailings personalisieren und individualisieren



Wer seinen Namen liest, fühlt sich persönlich angesprochen. Dies ist auch in Zeiten noch so, in denen jedem Leser klar ist, dass sein Mailing trotz persönlicher Ansprache einer Massenproduktion entspringt. Ist die Botschaft auch inhaltlich auf den Empfänger abgestimmt, steigt das Interesse des Lesers weiter. Beachten Sie aber: je höher der Individualisierungsgrad, desto höher die Anforderungen an die Quelldatenbank.

Laser-, Inkjet- oder Digitaldruck

Für das Personalisieren und Individualisieren von Mailings kommen die Technologien Laser-, Inkjet- und Digitaldruck in Frage.

- **Gelasert** wird auf die im Offset- oder einem anderen Druckverfahren produzierten Vordrucke. Eine Ausnahme bildet einzig das Endlosverfahren – hier wird in einem Arbeitsgang gedruckt und gelasert.
- Der **Inkjet** hat den Vorteil, dass sich damit praktisch jeder beliebige Datenträger bedrucken lässt. Dagegen spricht, dass im Inkjetverfahren – im Gegensatz zum Laserdruck – nur schwarz gedruckt werden kann.
- 1:1-Marketing pur ermöglicht der **Digitaldruck**: Damit lässt sich die ganze Botschaft inklusive Grafiken und Bilder für jeden Empfänger individuell drucken. Und auch die Druckqualität ist gut: Sie ist bei modernen Maschinen durchaus mit Resultaten aus dem Offsetdruck vergleichen.

Druckerei oder Lettershop

Das Adressieren, Frankieren, Personalisieren und Individualisieren wird bei manchen Produktionsverfahren bereits im Druck- oder Finishing-Prozess integriert. Meist werden aber die im Offsetverfahren vorgedruckten Werbemittel in einem separaten Arbeitsgang personalisiert und individualisiert. Diese Arbeiten führen Druckereien und Lettershops aus. Beim Digitaldruck ist es wichtig, dass die Druckerei eine moderne Infrastruktur besitzt, damit das Resultat auch qualitativ überzeugt. **Tipp: Nutzen Sie für Offertanfragen und Aufträge unsere [«Vorlage Personalisierung und Lettershop»](#).**

Tipps für das Personalisieren und Individualisieren

1. Achten Sie beim Individualisieren von Botschaften darauf, dass Sie nur Informationen verwenden, die bezüglich Datenschutz unbedenklich sind und durch die sich der Empfänger in seiner Privatsphäre nicht gestört fühlt.
2. Stellen Sie sicher, dass die Adressen aktuell und dubblettenfrei sind. Siehe zu diesem Thema auch unseren kostenlosen [Onlinekurs «Adress-Management»](#)
3. Stellen Sie sicher, dass alle Informationen (Adresse, Anrede, individuelle Zahlen, Textbausteine und Bilder) in der Quelldatei vollständig sind. Achten Sie besonders auf die richtigen Textlängen.
4. Personalisieren Sie nicht nur den Adressträger (z.B. Couvert oder Brief), sondern auch das Antwortelement. Dies vereinfacht dem Empfänger das Antworten und erhöht den Response.
5. Es ist möglich, mehrere Mailingbestandteile zu personalisieren. Dies bedingt jedoch, dass die Teile erst nach dem Personalisieren getrennt und sofort kuvertiert werden.
6. Legen Sie den Stand der variablen Elemente genau fest, falls Sie mit Vordrucken arbeiten (Muster anfertigen).
7. Achten Sie beim Lasern von Briefvordrucken darauf, dass das Papier lasertauglich ist.
8. Wenn Sie die Unterschrift vordrucken, dann stellen Sie insbesondere bei variablen Brieftexten sicher, dass der Stand von Unterschrift und Text stimmt.
9. Achten Sie beim Lasern oder Inkjeten von Vordrucken darauf, dass Schrifttyp und -größe der variablen Elemente mit den vorgedruckten Texten übereinstimmen.
10. Berücksichtigen Sie beim Personalisieren des Response-Elements auch allfällige Vorschriften der Response-Bearbeitung (z.B. Stand Codes, Schrifttyp und -größe usw.).

11. Fordern Sie ein Gut-zum-Laser/-Druck mit mehreren Druckmustern an und prüfen Sie folgende Punkte:

- Ist die Adresse korrekt im Adressfenster platziert?
- Stimmen Name und Geschlecht in Adresse und Anrede überein?
- Sind die Codierungen und Kundennummern korrekt?
- Stimmen die individualisierten Elemente mit den Zielpersonen überein (Stichprobe)?
- Stimmen alle Umbrüche in den variablen Textteilen?
- Stehen alle Individualisierungen am richtigen Ort?
- Stimmt das Schriftbild mit den Vorgaben überein?
- Sind die Einfügungen sauber und standrechtig gedruckt?

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