

DM-Tipp

So bringen Gewinnspiele den gewünschten Erfolg



Damit beim Vorbereiten Ihres Gewinnspiels nichts vergessen geht und Sie mit Ihrer Aktion einen Volltreffer landen, haben wir für Sie die wichtigsten Punkte in Form von Tipps zusammengefasst. So macht nicht nur das Erreichen der gesteckten Ziele Spass, sondern auch der Weg dahin.

13 Tipps für wirkungsvolle Gewinnspiele

Vorbereitung

1. **Stimmen Sie Thema, Mechanismus, Preise und Medium auf Ihre Zielgruppe ab.**
Nur, wenn das Thema die Zielgruppe anspricht, die Aufgabe lösbar ist und die Preise begehrenswert sind, wird Ihr Gewinnspiel Erfolg haben.
2. **Generieren Sie Leads mit qualifizierten Merkmalen.**
Die Leadqualifizierung kann zwar auch später über Analysen oder telefonische Befragung erfolgen. Doch wenn Sie bereits bei der Generierung der Leads etwas über die Personen erfahren können: umso besser! Dies gelingt zum Beispiel über das Thema, die Aufgabe, eine anschließende Kurzbefragung oder interessensspezifische Zusatzangebote wie Kataloge zum Anfordern usw.
3. **Konzipieren Sie Ihr Gewinnspiel so, dass Sie die Ziele erreichen.**
Wenn Sie qualifizierte Leads gewinnen möchten, dann distribuieren Sie den Wettbewerb nur an ausgewählte, affine Zielpersonen und stellen eine produktbezogene Aufgabe ins Zentrum. Wenn Sie Hersteller sind und Ihre Kunden kennen lernen möchten, integrieren Sie eine attraktive Verlosung in der Produktverpackung. Und wenn Sie Ihre Website bekanntmachen und Newsletter-Abonnenten gewinnen möchten, laden Sie potenzielle Kunden beispielsweise mit einer Postkarte zur Teilnahme an einem Online-Spiel ein oder lancieren ein Quattroquiz.
4. **Wägen Sie gut ab, ob die Antwortkarte vorfrankiert werden soll.**
Grundsätzlich fördert das Vorfrankieren den Rückläuferfolg. Bei einem Gewinnspiel werden so aber auch vermehrt Glücksritter angezogen – Teilnehmer also, die keinerlei Affinität zum Produkt aufweisen, und somit nur unnötig Kosten verursachen.
5. **Bieten Sie mehrere Antwortmöglichkeiten.**
Machen Sie den Teilnehmern das Reagieren einfach und ermöglichen Sie ihnen, über den bevorzugten Kanal zu antworten. Stellen Sie also zum Beispiel den Antworttalon auch ins Netz oder akzeptieren Sie telefonische Teilnahmen. Durch Verlangen einer Identifikationsnummer (z.B. Kunden- oder Adressnummer) erkennen Sie bei personalisierten Gewinnspielen Personen, die mehrfach mitmachen.
6. **Bestimmen Sie Dauer oder Einsendeschluss.**
Bestimmen Sie entweder eine Dauer – zum Beispiel: Alle Neuabonnenten des Newsletters des Jahres 2009 nehmen teil – oder einen Einsendeschluss, wobei idealerweise das Datum des Poststempels gilt.
7. **Beachten Sie die rechtlichen Rahmenbedingungen.**
So dürfen Sie beispielsweise das Mitmachen nicht von einem Kauf abhängig machen. Worauf Sie sonst noch achten müssen, lesen Sie im Interview mit Frau Dagmar Meyer.
8. **Sorgen Sie für Beachtung.**
Kündigen Sie das Gewinnspiel zum Beispiel bereits im Betreff des Newsletters an oder zeigen Sie den Hauptpreis auf dem Briefumschlag. Auch mit dem Text können Sie etwas bewegen: «Wir haben Ihnen ein Ei gelegt!» in der E-Mail-Betreffzeile weckt mehr Neugier, als «Suchen Sie das versteckte Osterei».
9. **Planen Sie die Response-Verarbeitung.**
Definieren Sie bereits im Vorfeld, welche Informationen in die Datenbank eingepflegt werden sollen und planen Sie die Übergabe respektive den Versand der Preise.

Nachbereitung

10. **Eliminieren Sie Dubletten.**
Bei nicht personalisierten Antwortmöglichkeiten gibt es immer viele Teilnehmer, die sich mehrfach anmelden. Am einfachsten erkennen Sie diese beim Erfassen mit einer entsprechenden Dublettensoftware, die idealerweise mit einem Phonetikmodul ausgerüstet ist. Das heisst, sie erkennt auch Adressen, die nicht exakt gleich erfasst werden.
11. **Erfassen Sie die relevanten Informationen im CRM-System.**
Dient das Gewinnspiel der Lead- respektive Adressgewinnung, müssen die gewonnenen Daten im CRM-System erfasst werden. Bei Massnahmen zur Kundenpflege ist es sinnvoll, zusätzliche qualifizierte Merkmale zu ermitteln, die dann ebenfalls ins CRM-System einfließen.

12. **Publizieren Sie die Gewinner.**

Das Gewinnerfoto können Sie beispielsweise auf Ihrer Website platzieren und im nächsten Gewinnspiel darauf verweisen. Die Gewissheit, dass die Preise auch tatsächlich überreicht werden, schafft Vertrauen und ebnet den Weg für neue Aktivitäten.

13. **Analysieren Sie die Massnahme.**

Und zwar nicht nur kurzfristig in Bezug auf Responsequote oder Kosten pro Teilnehmer. Sondern auch langfristig in Bezug auf die Leadqualität. Verfolgen Sie also beispielsweise, aus welcher Aktion Sie wie viele neue Kunden gewinnen konnten, und analysieren Sie die Resultate, damit Sie für zukünftige Aktionen wissen, was ein Gewinnspiel erfolgreich macht.

Übrigens: Noch mehr Tipps und Praxiswissen zum Thema gibts im kostenlosen [Onlinekurs «Kundengewinnung»](#).

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

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