

Stop!



Direkt, persönlich, responsestark:
Mailings sind ein wichtiges Instrument
im Marketingmix des TCS.

Mit rund 1,6 Millionen Mitgliedern ist der Touring Club Schweiz – kurz TCS – der grösste Mobilitätsclub der Schweiz. Seit 1896 bietet er seinen Mitgliedern eine breite Produkt- und Dienstleistungspalette in den Bereichen Personen- und Fahrzeugassistance. Zudem setzt er sich für die Verkehrssicherheit ein und übernimmt eine wichtige Rolle in der Verkehrserziehung. Da der TCS keine Geschäftsstellen hat, sind physische Mailings eine gute Möglichkeit, Mitglieder direkt anzusprechen. Dank dem guten Kosten-Nutzen-Verhältnis sind sie für den TCS ein wichtiges Marketinginstrument.

Idee

«Das Stop-Mailing war Bestandteil unserer landesweiten Herbstkampagne», sagt Thierry Lachat, Senior Marketing Project Manager beim TCS. «Ziel war es, Mitglieder und potenzielle Neukunden dazu zu bringen, die Preise und Leistungen ihrer aktuellen Autoversicherung mit unserer Versicherung zu vergleichen und schliesslich zu «Auto TCS» zu wechseln.»

Realisation

Das Mailing entstand in Zusammenarbeit mit einer Agentur. Um aufzufallen, wählte der TCS ein spezielles Couvert mit einem Adressfenster auf der Rückseite und zwei auf der Vorderseite, durch die ein «Stop!»-Schriftzug und eine rote Ampel zu sehen sind. Weitere Bestandteile sind ein personalisierter, ausklappbarer Begleitbrief mit Wettbewerb, ein personalisierter und teilweise ausgefüllter Offertantrag, ein vorfrankiertes Antwortcouvert – und ein Kampagnenflyer mit einer spielerischen Komponente. Lachat erklärt: «Zieht man die rote Ampel nach oben, wird sie grün und verstärkt unsere Kernbotschaften.»

Reaktion

110 000 deutsche, 75 000 französische und 15 000 italienische Mailings wurden am 17. August 2010 per B-Post-Massenversand verschickt. Der Response der Offertanfragen liegt bei rund zwei Prozent. «Die quantitativen Ziele und auch die qualitativen Ziele wurden erreicht», sagt Lachat. Viele Personen haben uns telefonisch kontaktiert oder besuchten unsere Internetseite. Erfreulich war auch der Rücklauf des Wettbewerbs.»