

Mehr drin



Thomet Radsport – Bicycle Obsession verschickt zum Saisonstart ein vielseitiges Mailing zum Aufbewahren oder Einlösen.

Jedes Jahr im Frühling schickt Thomet Radsport – Bicycle Obsession ein Mailing an seine Stammkunden. «Damit machen wir unsere Kunden auf Neuigkeiten und aktuelle Trends aufmerksam und zeigen, dass wir für die kommende Velosaison bereit sind», sagt Inhaber Philipp Thomet, der das 1959 als Einmannbetrieb gegründete Familienunternehmen in zweiter Generation führt. «Bei uns erwarten Sie hochwertige, nicht alltägliche Fahrräder, seriöse Beratung und professioneller Service. Denn zufriedene Kunden sind unser oberstes Ziel.»

Ausgangslage

«Früher haben wir eine Kundenzeitung verschickt. Darin wurden neben Informationen auch Events und Veranstaltungen publiziert», sagt Thomet. «Da die Zeitung leider meist im Altpapier landete, suchten wir nach einem nachhaltigeren Konzept, um bestehende Kunden und aktive Radfahrer anzusprechen.» Das Ziel war klar: Es muss aussergewöhnlich sein, neugierig machen und für jeden etwas beinhalten. Entstanden ist ein auffallendes und kreatives Mailing, das aus einer Aussenhülle und fünf Ansichtskarten zu verschiedenen Themen besteht.

Umsetzung

Gestaltet und getextet wurde das Mailing laut Thomet inhouse. Er ergänzt: «Damit möglichst viele bestehende und potenzielle Kunden angesprochen werden, haben wir uns für die fünf Themen Frühlingsausstellung, Beratung, Dienstleistungen, Agenda 2011 und Elektrovelo Flyer mit Gutschein für eine Probefahrt entschieden und diese zielgruppenspezifisch gestaltet.» 11000 Stück wurden produziert und grösstenteils Anfang März 2011 per Post verschickt oder als PromoPost-Streusendung verteilt.

Wirkung

«Das Feedback der Kunden war sehr positiv», sagt Thomet. «27 Personen haben ihren Gutschein für die Probefahrt mit einem elektronischen Bike von Flyer eingelöst.» Zudem kann sich das KMU über zahlreiche Neukunden freuen. «Das Mailing hat sein Ziel erreicht und wird in dieser Form auch künftig eingesetzt werden.»