

«Ich bin froh, dass ich DirectFactory entdeckt habe»

Dank dem Onlinetool ist Werben für die Drogerie Weiss einfacher geworden



Die Drogerie Weiss ist bekannt für ihre hauseigenen Naturheilmittel und ihre persönliche Beratung.



Drogerie Weiss
Obere Bahnhofstrasse 28
9500 Wil

Immer mehr Unternehmen nutzen DirectFactory, das Onlinegestaltungstool für Postkartenmailings der Schweizerischen Post. Sie schätzen das einfache Handling, denn die Post übernimmt Druck, Adressierung und Versand der Karten. Auch René Wichser, Inhaber der Drogerie Weiss, ist vom Angebot begeistert. Er verschickt heute mehr Mailings als früher – einerseits, weil das zeitaufwändige Verpacken der Briefe wegfällt, andererseits, weil ihn das Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt.

Das Fachgeschäft für Gesundheit und Schönheit

Dass die Drogerie Weiss mit viel Liebe zum Detail geführt wird, spürt man schon beim Eintreten. Eine dezente Beleuchtung und das fröhliche Orange rund um die Theke schaffen eine angenehme Atmosphäre und laden die Kunden in den grosszügigen Räum-

lichkeiten zum Verweilen ein. René Wichser hat die inzwischen 60-jährige Drogerie vor 15 Jahren übernommen. Heute beschäftigt das Unternehmen elf Mitarbeitende, wovon sich drei in Ausbildung befinden. Sein Angebot richtet sich an «alle, die gesund werden und schön bleiben wollen.» Das Sortiment umfasst die Produktgruppen Kosmetik, Parfums, Medikamente und Sachpflegeprodukte. Ein wichtiges Standbein sind dabei die Hausspezialitäten. Im eigenen Labor stellt René Wichser Hustensirupe, Bäder, Erkältungssalben sowie Tropfenmischungen her. Seit der Geschäftserweiterung vor vier Jahren führt er zudem ein Teehaus mit aromatischen und hochwertigen Sorten, die im Grosshandel nicht erhältlich sind. Um den strengen Vorschriften der Kontrollstellen für Heil- und Lebensmittel zu genügen, hat er eine interne Qualitätssicherung aufgebaut.

Die Herausforderung

Die lokale Konkurrenz in Wil ist gross. In nächster Umgebung gibt es mehrere Drogerien, Apotheken und Parfümerien. «Auf den Lorbeeren können wir uns nicht ausruhen», erklärt René Wichser und verrät mit seinem unternehmungslustigen Blick, dass er dies auch gar nicht möchte. Um seine Kunden zu binden, setzt er in erster Linie auf persönliche, individuelle Betreuung und auf die Hausspezialitäten, die die Drogerie Weiss einzigartig machen. «Die beste Werbung erfolgt im Geschäft», ist der Unternehmer überzeugt. Darin sieht er einen angenehmen Nebeneffekt: «Wer zufrieden ist, empfiehlt uns weiter.» René Wichser ist sich jedoch auch bewusst, dass dies



Die aromatischen Tees werden von vielen Kunden sehr geschätzt.

nicht genügt. Sechsmal pro Jahr lässt er deshalb seine Hauszeitung «Fit und munter» mit integrierten Gutscheinen durch die Post in die Wiler Briefkästen verteilen. Immer wieder führt er spezielle Aktionen wie Beratungswochen durch und verteilt ProBons – die Märkli des ältesten Schweizer Treuesystems für den Fachhandel. Um die Kunden über Aktivitäten informieren und gezielt selektieren zu können, führt René Wichser einen Adressstamm. «Wir möchten die Kunden nicht überreizen, deswegen achten wir auch auf einen informativen Charakter unserer Botschaften.»

Das Onlinetool DirectFactory

Durch ein Mailing der Schweizerischen Post erfuhr René Wichser von DirectFactory. Das Angebot kam goldrichtig, denn kurz davor hatten die Markenanbieter aufgehört, den Geschäften versandfertige Kartenmailings zur Verfügung zu stellen. Ab und zu hatte René Wichser bis anhin auch Briefmailings verschickt, die er heute weitgehend durch online realisierte Postkarten ersetzt. So lud er im November 2009 seine affinen Kundinnen zur Helena-Rubinstein-Beratungswoche ein und informierte kurz darauf mit einer Postkarte über die Doppelten-ProBon-Wochen. Ihr Ziel hat die Drogerie erreicht: «Wir haben besser gearbeitet als letztes Jahr», erklärt der Unternehmer. Aus den realisierten Mailings hat er aber auch Lehren gezogen: «Es ist wichtig, die Adressen vor dem Hochladen zu prüfen und mit qualitativ guten Fotos zu arbeiten.»

Der Nutzen für die Drogerie Weiss

Die Mailings kreiert René Wichser selber am PC. «Das Tool ist sehr einfach zu nutzen, trotzdem muss ich für Gestaltung und Text zwei bis drei Stunden einrechnen. Dafür brauchen wir für Verpackung und Versand keinerlei Personalressourcen.» Beim Gestalten schätzt er, dass man die Daten jederzeit speichern und zu einem späteren Zeitpunkt weiterbearbeiten kann. Lobende Worte hat er auch punkto Preis: «Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist hervorragend und die Preise sind sehr transparent.» Bei der Qualität hat er einen Vorbehalt, denn einmal trafen die Karten zu spät ein. «Dabei handelte es sich aber um eine Ausnahme, und wir erhielten eine überaus kulante Rückvergütung. Sonst ist die Qualität bei der Zustellung wie auch beim Druck ausgezeichnet.»

Seit René Wichser DirectFactory entdeckt hat, verschickt er öfter Mailings als zuvor. Mit messbarem Erfolg. Und so wird das Onlinetool schon bald wieder im Dienste der Drogerie Weiss stehen.

Das Onlinetool zum Kreieren und Verschicken von Mailings finden Sie unter www.post.ch/directfactory



Postkarten sind für die Drogerie Weiss ein effizientes Instrument, um Aktionen bekanntzumachen.