

WILLKOMMENSPOST

DIREKTANSPRACHE EINER KAUFKRÄFTIGEN ZIELGRUPPE

Mit der Willkommenspost erreichen Sie gezielt Privatpersonen kurz nach dem Umzug an ein neues Wohndomizil. In dieser Situation ist das Interesse an attraktiven Angeboten besonders gross. Ihr Vorteil: viel Werbewirkung zu vorteilhaften Kontaktkosten.

Die Willkommenspost ist eine ansprechend gestaltete Mappe, die Ihnen zu attraktiven Konditionen als Träger für Ihre Werbebotschaften zur Verfügung steht. Die Belegung ist in zwei Varianten möglich: Sie können nur einen Flyer beilegen oder, bei verfügbarer Lasche, zusätzlich mit einem Lascheninserat auf Ihr Angebot aufmerksam machen. Die Mappe wird als persönlich adressierte Sendung an Privatpersonen verschickt, die soeben umgezogen sind.

Hervorragende Erreichbarkeit

Die Adressen generiert die Post aus den eintreffenden Adressänderungen. Damit ist eine hohe Erreichbarkeit garantiert. Retouren sind praktisch ausgeschlossen. Da Stopp-Werbung-Kleber kein Hindernis für die Zustellung von adressierten Sendungen sind, erreichen Sie Ihre Zielgruppe ohne Streuverluste. Die Gestaltung der Mappe im Markendesign der Schweizerischen Post weckt Vertrauen und erhöht den Aufmerksamkeitswert der Sendung, der sich auf Ihre Werbebotschaft überträgt.

Idealer Zeitpunkt für wirkungsvolle Werbebotschaften

Die Zustellung der Willkommenspost erfolgt spätestens drei Tage nach dem Einzug in das neue Domizil. Sie kennen somit den exakten Zeitpunkt des Kontakts und können in Ihrer Werbebotschaft Bezug auf die aktuelle Lebenssituation der Empfänger nehmen. Mit Werbung in der Willkommenspost sprechen Sie mehrheitlich junge und kaufkräftige Zielpersonen kurz nach einem Umzug an. Diese haben in der Regel einen hohen Bedarf an Produkten und Dienstleistungen aller Art und sind für Ihre Angebote besonders empfänglich. Wenn Sie Ihren Flyer mit einem physischen Antwortmittel versehen, können Sie die Rücklaufquote markant steigern.

Gefragter Werbeträger

Die Willkommenspost wird in Deutsch, Französisch und Italienisch in einer Gesamtauflage von 350 000 Exemplaren produziert und zugestellt. Sie hat sich im Laufe der letzten 20 Jahre als gefragter Werbeträger mit hoher Wirksamkeit etabliert, der bei der Zielgruppe überdurchschnittlich hohe Akzeptanz geniesst.

Seit seiner Einführung haben 20 Millionen Exemplare bei den Empfängern Interesse geweckt und Kaufreaktionen ausgelöst.

Alleinstellung innerhalb einer Angebotskategorie

Für die Belegung gilt Konkurrenzausschluss. Innerhalb seiner Angebotskategorie genießt der Auftraggeber Exklusivitätsstatus. Es gilt das Prinzip «first come, first served». Freie Branchen teilt die Post auf Wunsch gerne mit.

Angebotskategorien (Exklusivbelegung)

- Food und Warenhäuser
- Baumärkte
- Telekommunikation
- Elektronikmärkte
- Möbel, Lampen, Teppiche
- Öffentlicher Verkehr
- Energiewirtschaft
- Sachversicherungen
- Personenversicherungen
- Finanzdienstleistungen
- Gesundheitsbranche
- Medien
- Sportmärkte
- diverse Branchen

Technische Informationen und Laufzeiten

Auflage

350 000 Exemplare pro Jahr

Verbreitung

Ganze Schweiz (deutsch, französisch, italienisch)

Belegungsmöglichkeiten

- Flyer A4 auf A5 gefalzt oder A5, Papiergewicht bis max. 160 g/m²
- Inserat auf Lasche A5 (Vorzugsplatzierung), 1- bis 4-farbig basierend auf den Skala-Farben CYMK

Laufzeiten

- Flyer: mindestens 6 Monate; Sujetwechsel im Monatsrhythmus möglich
- Inserat auf Lasche: mindestens 12 Monate mit gleichem Sujet

Kündigungsfrist

Für beide Belegungen 3 Monate

Post CH AG
PostMail
Kompetenzcenter Adressen
Postfach
6010 Kriens 2

www.post.ch/adresspflege
Telefon 058 386 67 67
adresspflege@post.ch

DIE POST 