

## **So wird Direktmarketing erfolgreich**

### **Checkliste 2**

### **Adressen**

**Über den Erfolg eines Mailings entscheiden die Adressen zu 40 bis 60%, das Produkt zu 30 bis 40% und die Gestaltung des Mailings zu 10 bis 20%.**

**Definieren Sie zuerst Ihre Zielgruppe!**

Wenn z.B. alle Steuerberater einer Region als Kernzielgruppe definiert wurden, können Sie aus verschiedenen Quellen passende Adressen mieten, kaufen oder die gelben Seiten konsultieren.

**Gewichten Sie Ihr Kommunikationsziel entsprechend den Adressen!**

Adressen aus bestehenden Kunden- und Interessentenlisten versprechen den größten Erfolg. Setzen Sie bei Fremdadressen auf ein erreichbares Reaktionsziel z.B. Anforderung weiterer Informationen, Mitmachen am Gewinnspiel.

**Setzen Sie auf hochwertige Adressen!**

Können Sie Ihr Angebot an den richtigen Ansprechpartner senden? Eine Personalisierung ist immer gut, aber nur wenn alle Angaben stimmen. Sonst wirkt es negativ!

**Machen Sie den Dublettenabgleich!**

Nicht zustellbare oder doppelte Adressen sind teuer und Fehler wirken negativ!

**Pflegen Sie Ihre Adressen. Sie sind Ihr Kapital!**

Hohe Rücklaufquoten sind immer ein Zeichen von schlecht gepflegten Adressbeständen. Jährlich verlieren Adressen 20 bis 25% ihrer Substanz. Die Korrektur von Adressen sollte nach festen Regeln erfolgen. Damit Sie über eine wertvolle Database verfügen, mit der Sie arbeiten können.

**Erfassen Sie in Ihrer Database auch Zusatzinfos!**

Zum Beispiel: Adressat reagiert auf Mailing X, Umsatz, Verteilung auf Produktgruppen/Leistungen...usw. Je transparenter Ihre Datenbank ist, desto gezielter können Sie kommunizieren.

Andreas Donder (AGD, FFW)  
Mailing-Texter  
Rothenbaumchaussee 27  
20148 HAMBURG  
Fon: 040-410 75 06  
Fax: 040-450 43 68

E-Mail: [mail@andreasdonder.de](mailto:mail@andreasdonder.de)