

## Vorsicht bei Mailwerbung! – So vertreiben Sie Ihre Kunden!

Werbung kostet Geld. Das weiß jeder. Aber Werbung kann auch Kunden kosten? Noch schlimmer ist, dass man gar nicht bemerkt wie viele Kunden eine falsch angelegte Werbung kostet.

Hier ein Beispiel. Sie haben vor, eine bestimmte Leistung mittels **Serienmail** zu bewerben. Gehen wir einmal davon aus, dass Ihre **Kundendatei** nicht wöchentlich **auf Richtigkeit geprüft** wird. Somit können schon allein dadurch 30% der Mails ins Leere gehen. Und Sie merken es nicht einmal, denn wer macht sich schon die Mühe Ihnen mitzuteilen, dass sich der Ansprechpartner oder die Zuständigkeit für Ihr Anliegen geändert hat? Aber selbst wenn Sie den richtigen Adressaten erwisch haben, landet Ihr Mail als erstes im Müll, wenn bei dem guten Mann oder Frau nach einer Dienstreise das Mailpostfach überläuft. Sie haben dann leider den **falschen Zeitpunkt** gewählt. Die Liste der Treffer wird also nochmals kleiner. O.K. werden Sie sagen, aber es bleiben noch genug übrig, die sich meine Mailwerbung ansehen. Sicher? Schön wäre das. In der Realität landen Sie jedoch schneller im **Spamordner** Ihres potenziellen Kunden, als sie sich in den kühnsten Alpträumen vorstellen können. Und wiederum erfahren Sie es nicht. Wie viele Adressen bleiben am Ende? Wie viele landen im Ziel und werden zumindest beachtet? Und wie viele Ihrer Empfänger beschäftigen sich mit Ihrem Angebot oder melden sich sogar zurück? Dieses Szenario ist düster aber realistisch. Glücklicherweise gibt es **Methoden und Strategien, um die Trefferquote erheblich zu steigern**. Was genau getan oder nicht getan werden sollte, ist von Fall zu Fall zu prüfen und zu entscheiden. Der Rat eines Fachmanns ist hier gefragt, denn er zahlt sich immer aus. Er sollte die **richtige Frequenz** einschätzen mit der Sie werben können und vor allem **die Attraktivität der Inhalte** optimieren können. Zu guter Letzt ist unbedingt auch **der rechtliche Aspekt abzuklären!** Das Gleiche gilt natürlich auch für **Faxwerbung**. Damit können Sie Ihre Kunden ganz besonders gut ärgern und vergraulen. Wenden Sie sich an eine erfahrene Werbeagentur bzw. an ein Büro für Direktmarketing. Es lohnt sich!

Mehr Informationen zum Thema und zu Veranstaltungen über diesen Bereich unter:

[www.wunsch-werbeagentur.de](http://www.wunsch-werbeagentur.de)

oder telefonisch unter 07222 949911

Autor: Edgar Wunsch, Dipl. Kommunikationsdesigner (FH)