

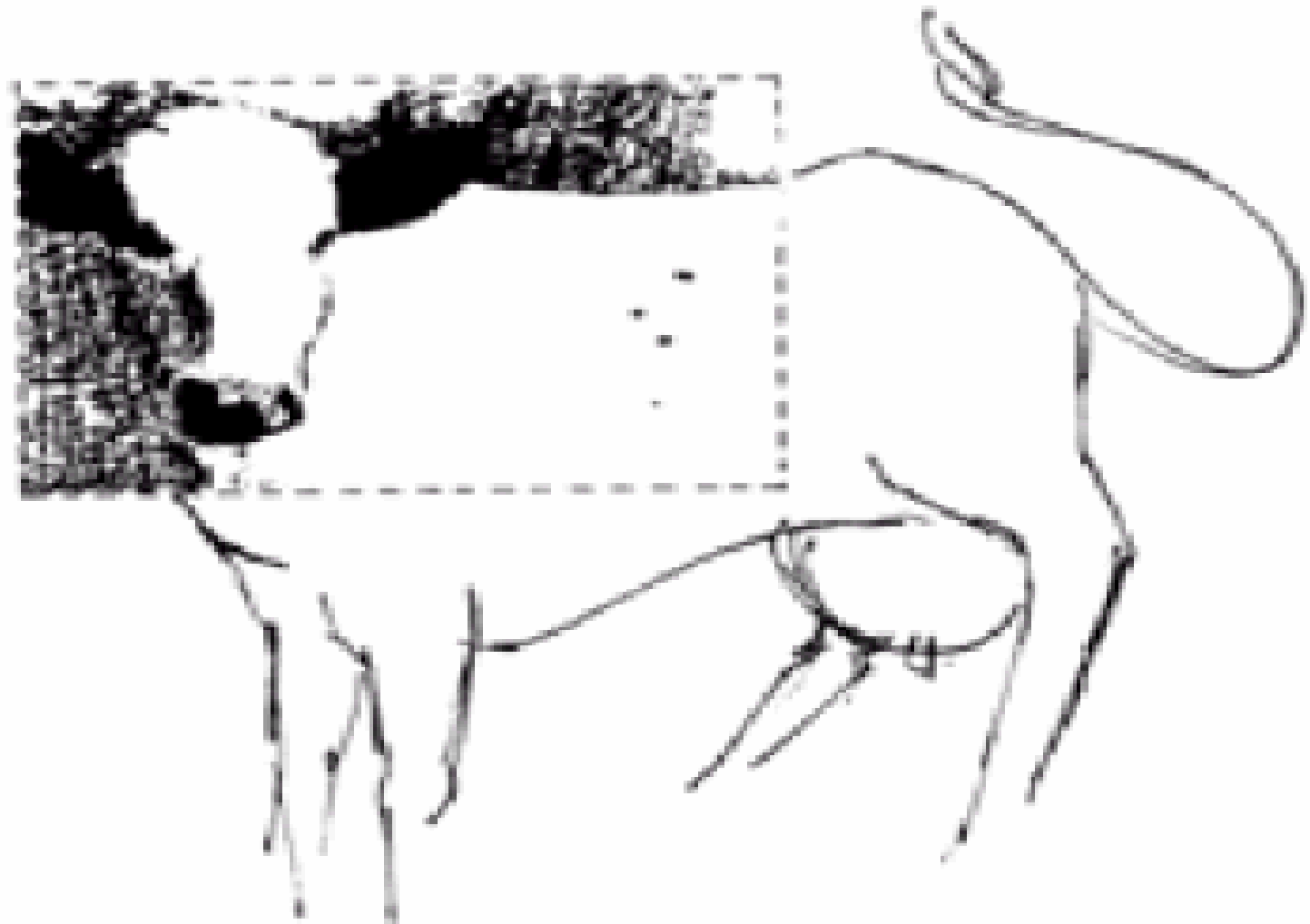
Herzlich willkommen zum Workshop „
Mit Direktmarketing zu mehr Kunden“



Wie wird Werbung wahrgenommen?



So sollte es wahrgenommen werden!



Und jetzt?



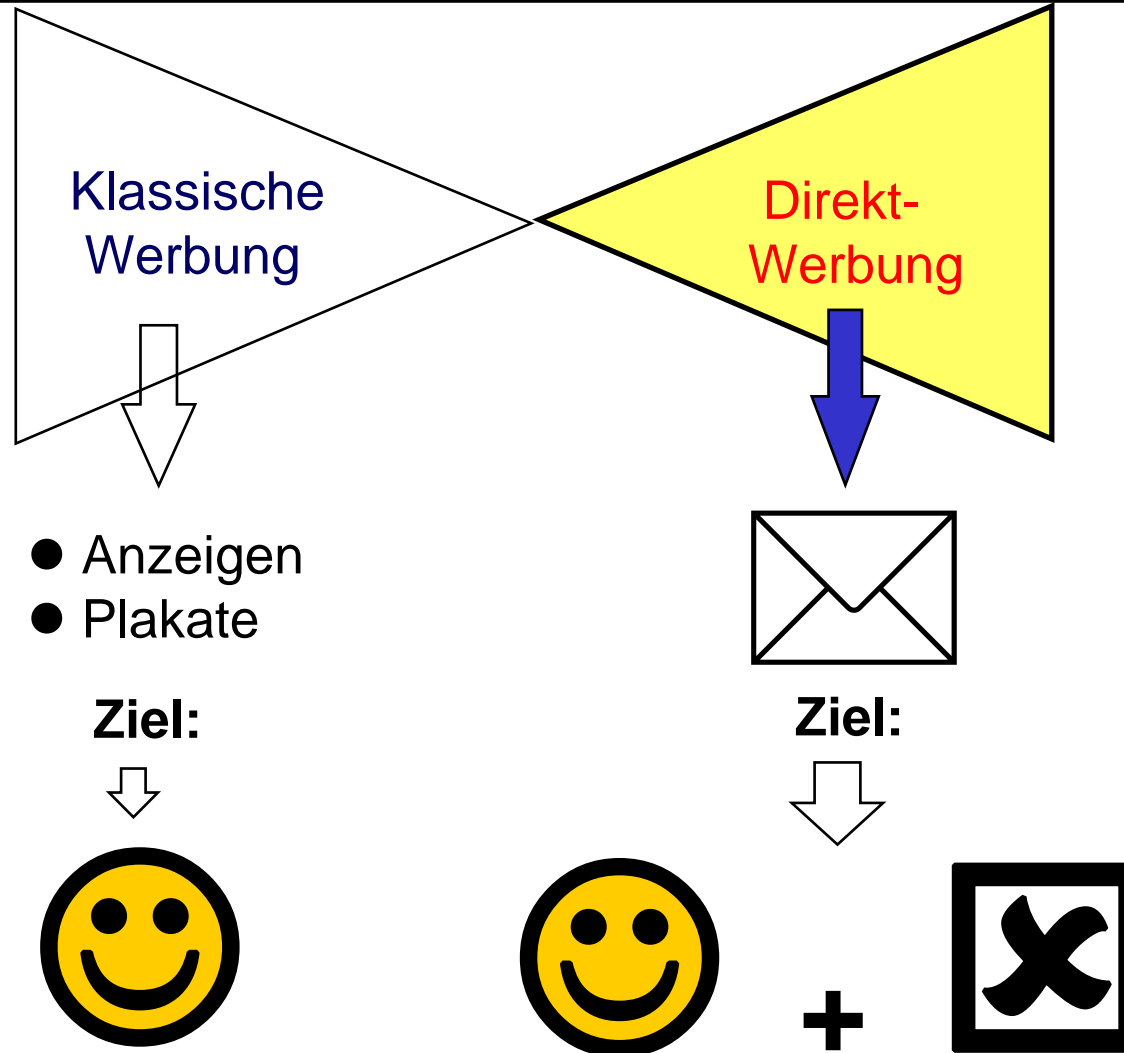
Zitat:



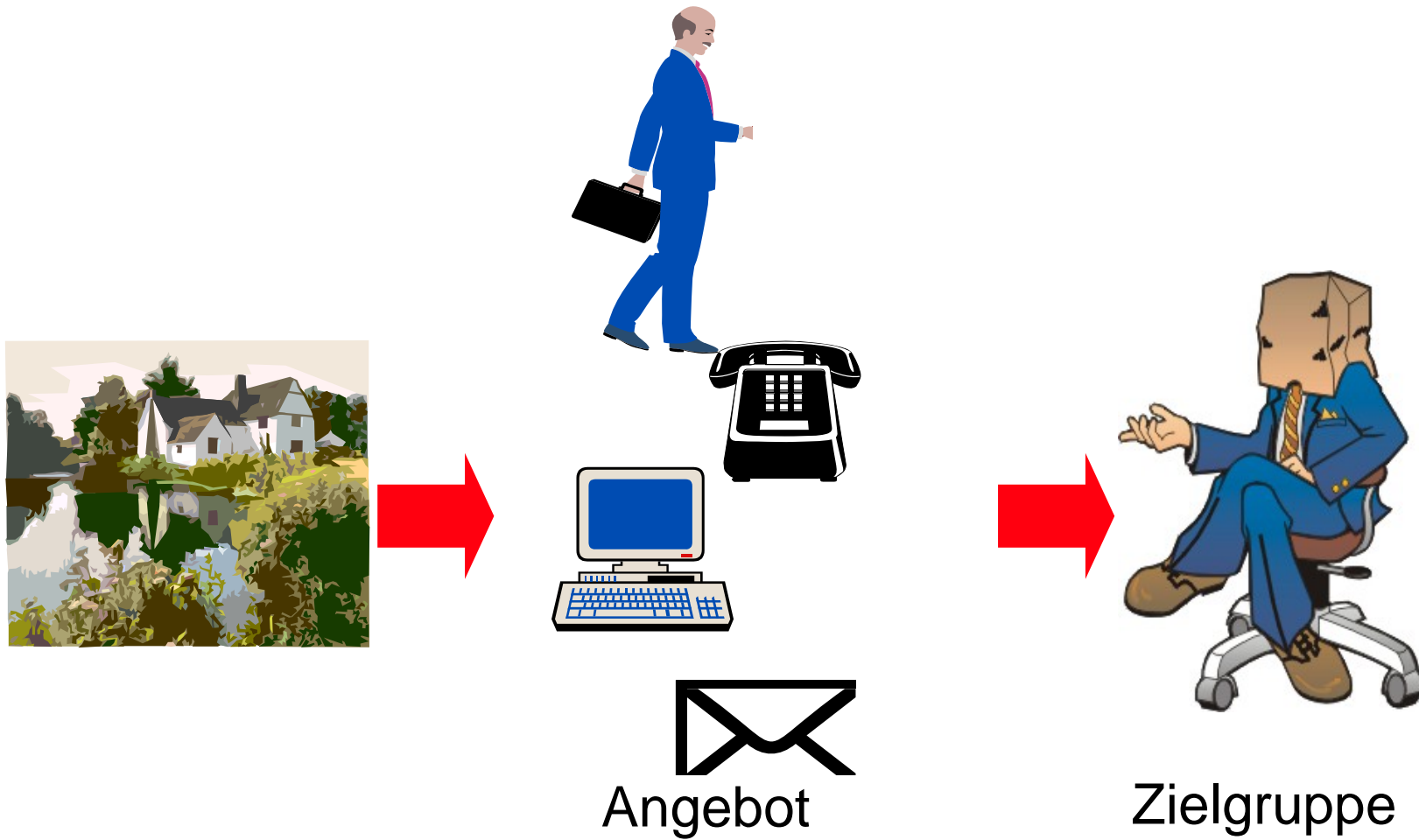
Henry Ford, Gründer des Automobilherstellers Ford Motor Company

*Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen,
kann ebenso seine Uhr anhalten,
um Zeit zu sparen.*

Vergleich

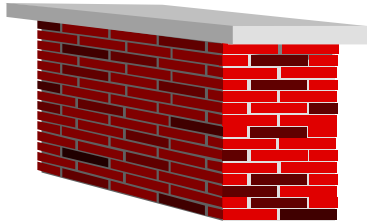



Faktoren

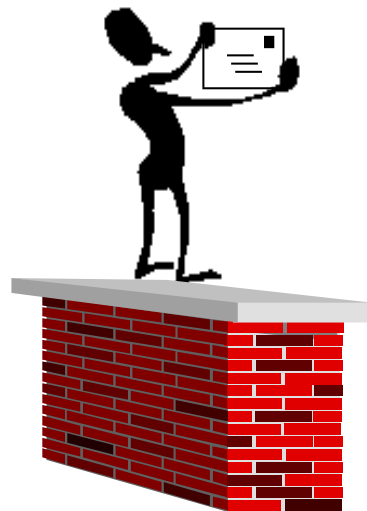
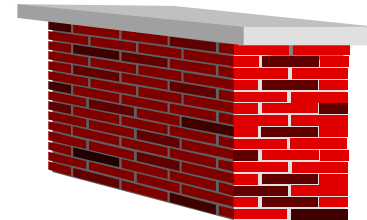


Die 3 Grundmauern zu Ihrem Erfolg

Produkt = 25 %



 = 15 %

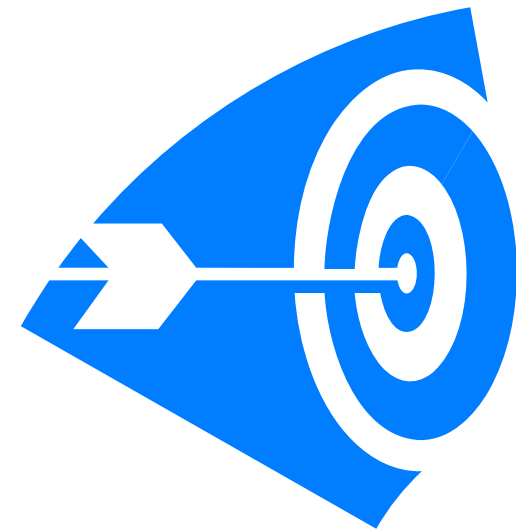


Zielgruppe = 60 %

Quelle: Ed Mayer jun.

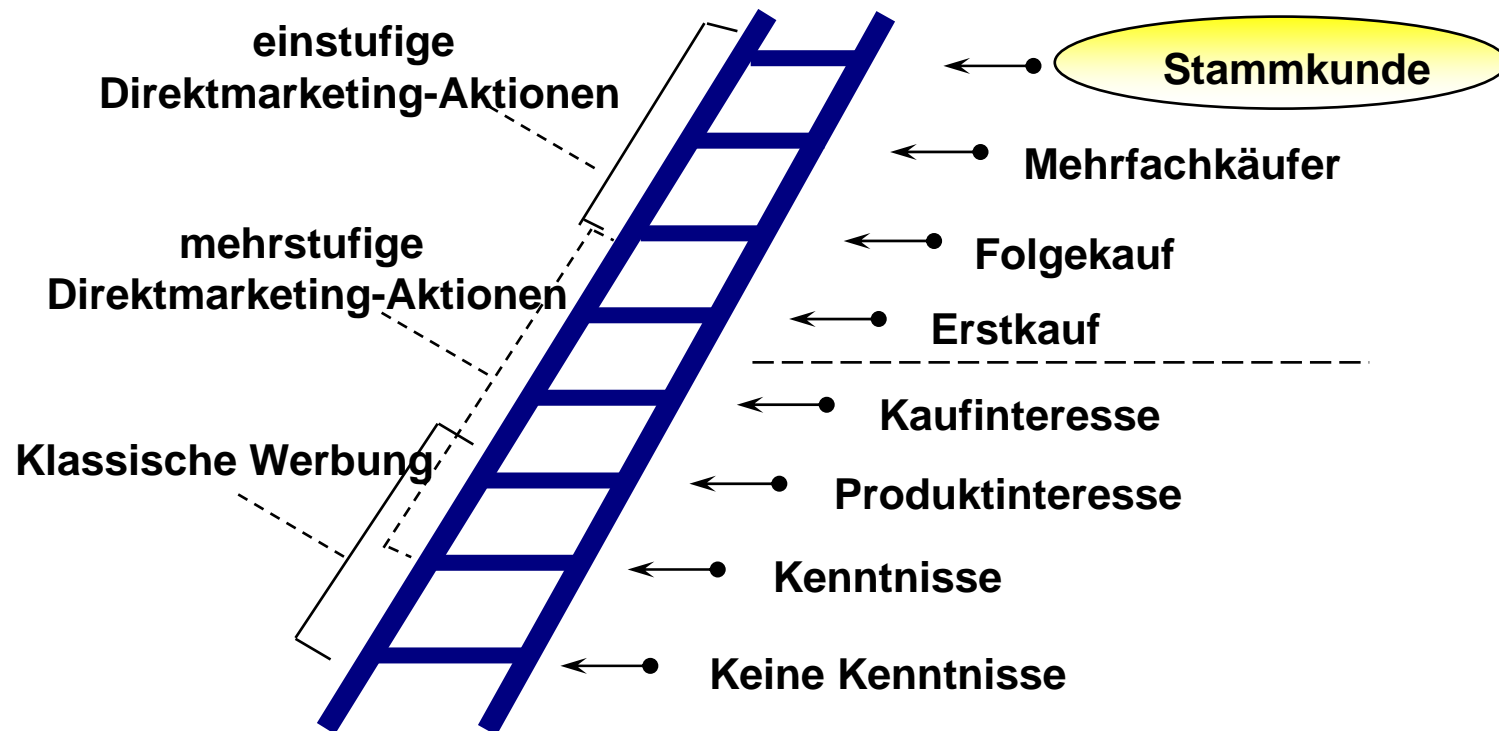
Das Ziel festlegen!

- **Auslastung kurzfristig erhöhen**
- **Bekanntheit steigern**
- **In Erinnerung bleiben**
- **Frühbucher generieren**
- **Neukunden gewinnen**

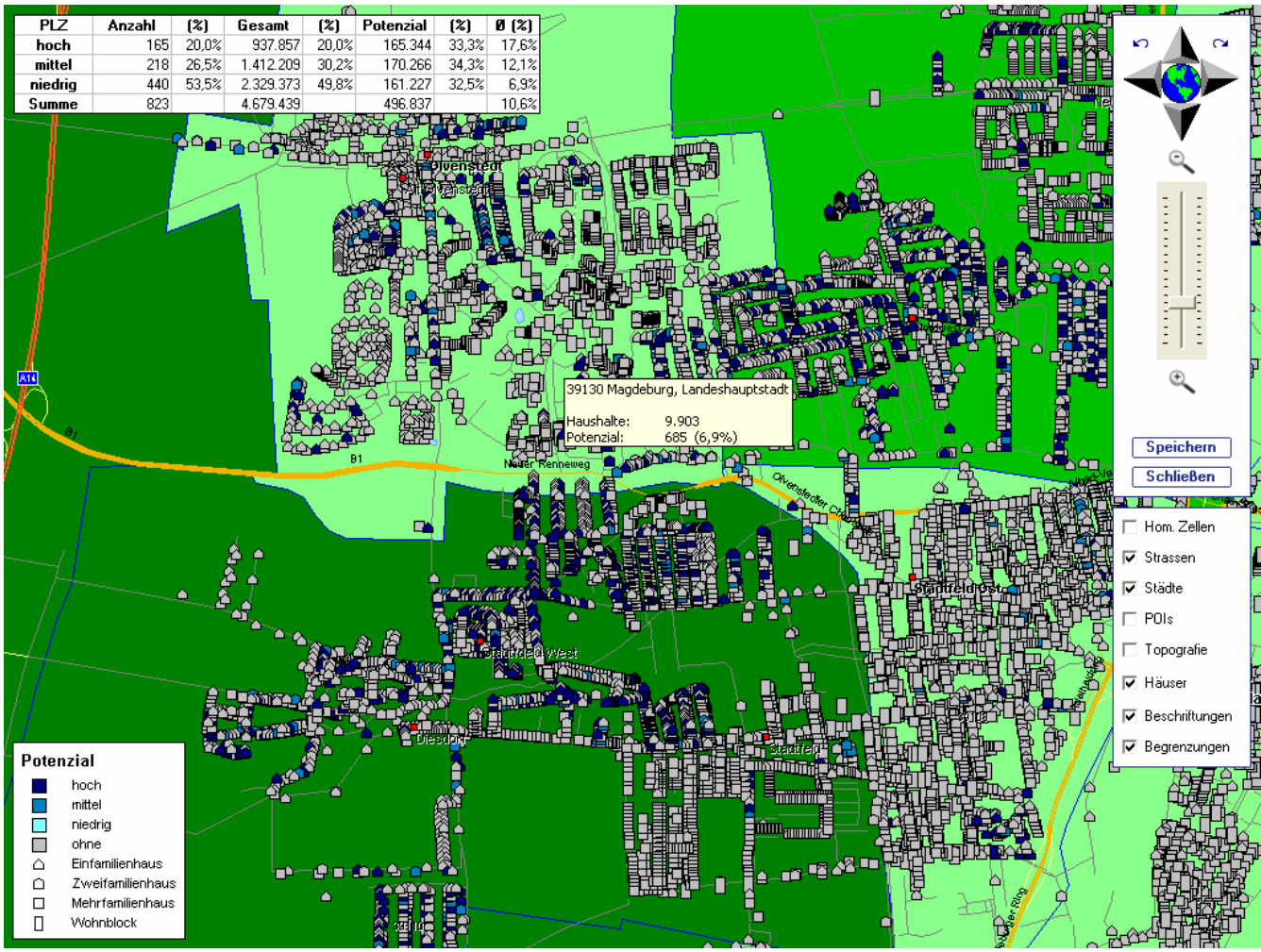


Wie häufig soll ich werben?

Die Loyalitätsleiter von Prof. Holland



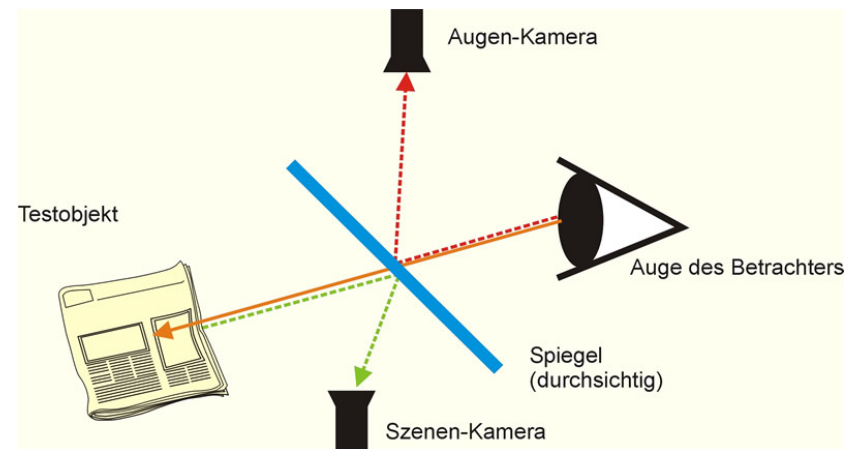
Die richtigen Konsumenten finden



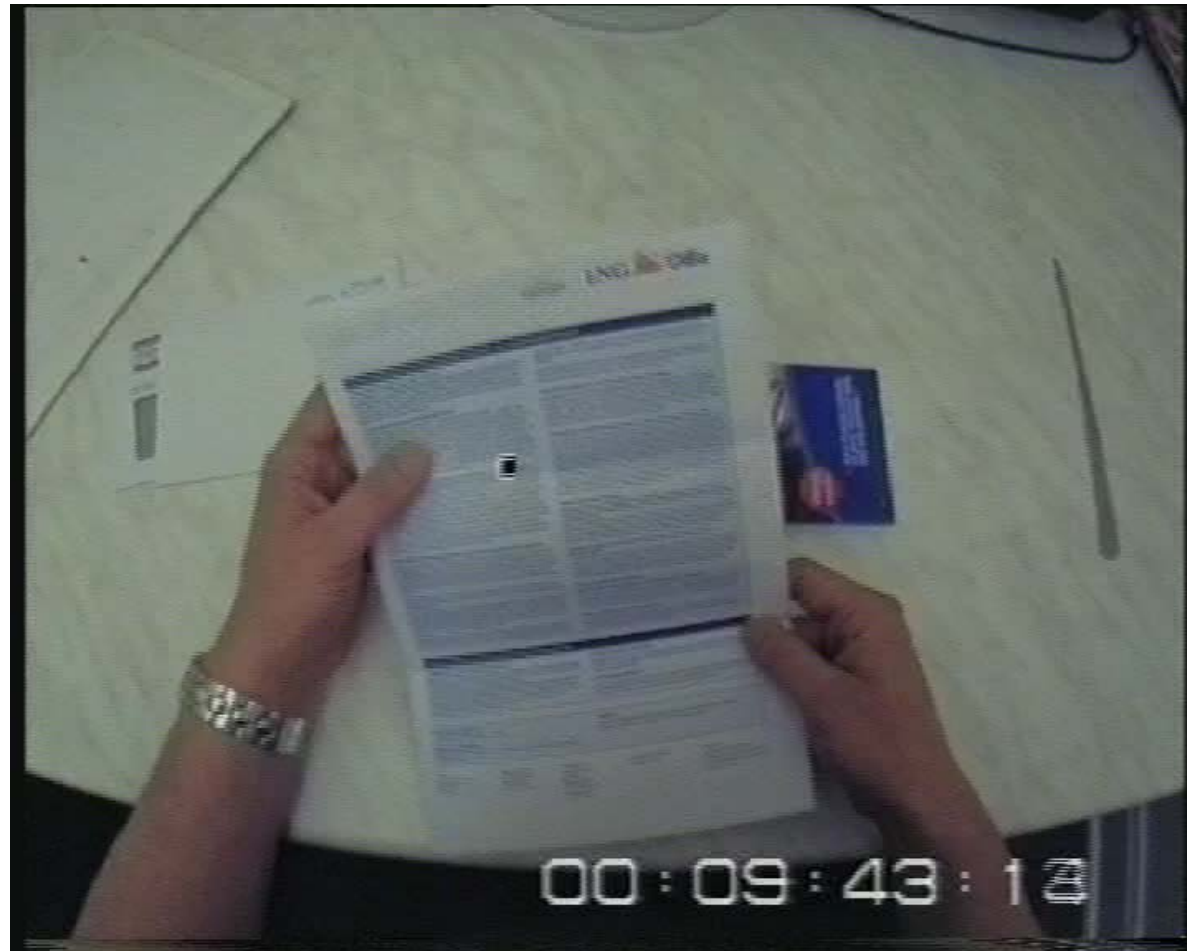
Die Augenkamera



Sie zeichnet die Bewegungen des menschlichen Auges auf. Gleichzeitig nimmt eine zweite Videokamera den betrachteten Gegenstand auf. Computergestützt wird der Blickverlauf der Originalszene überlagert. So sehen Sie, wie ein Mensch Ihre Werbung oder Ihr Produkt betrachtet.



Die Augenkamera



Dialogskizze

Erleben Sie die Natur

Sehr geehrte Frau Mustermann,

_____ **genießen Sie** _____

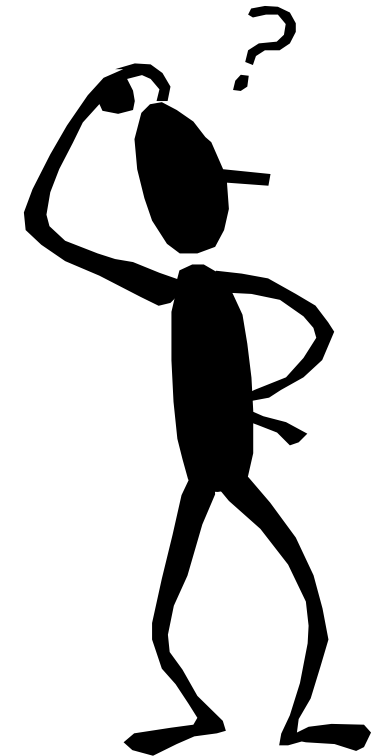
_____ **Erholung** _____ .

willkommen sind _____

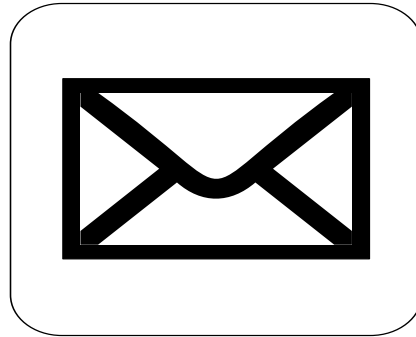
_____ **entdecken Sie** _____ .

Leserfragen

- **Wer schreibt mir ?**
- **Warum schreibt diese Firma gerade mir ?**
- **Wieso soll ich diesen Brief lesen ?**
- **Welchen Vorteil bietet dieses Angebot ?**
- **Brauche ich das ?**
- **Wie kann ich mehr erfahren ?**
- **Was soll ich tun ?**



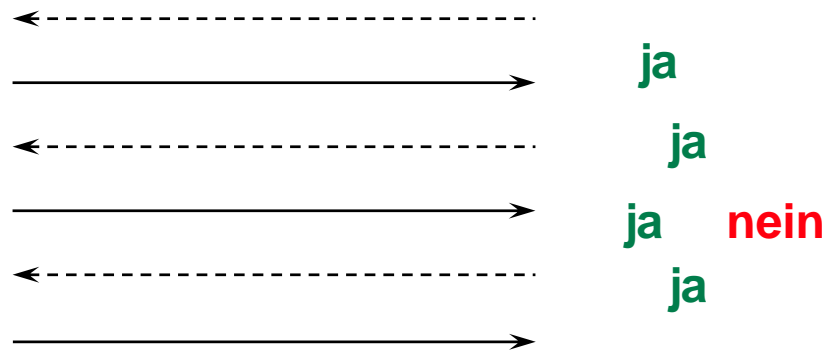
Das schriftliche Verkaufsgespräch



Schriftl. Verkäufer



Kunde



$$\Sigma \text{ ja, ja...} > \Sigma \text{ nein,...} = \text{Erfolg}$$

Beispiele für Dialog Ideen

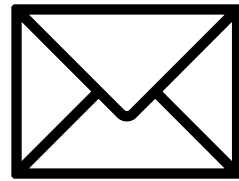
- Dankeschön für
- Weiterempfehlung
- Einladung
- Zum Probieren
- Frühbucher-Rabatt
- Geburtstag
- Meinungsumfrage
- Muttertag
- Fasching
- Erfolgter Umbau
- Saison-Eröffnung
- Sonderangebote
- Valentinstag
- Weihnachten
- Geschenkgutschein
- Zusammenarbeit mit einem Partner
- Jubiläum
- Sportereignis

Was sind Verstärker?

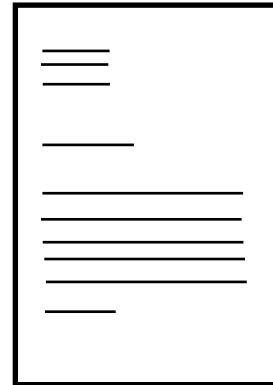
- Das Produkt als Verstärker
 - Nutzen für den potenziellen Käufer (Beachtung der Zielgruppe)
 - in Bild, Headline, Hervorhebungen im Text darstellen
 - Beispiele: Zeit sparen, mehr Geld verdienen, sicherer, bequemer, gesünder, reicher, schöner
- Der Empfänger-Name als Verstärker
 - Werbewirksamstes Wort
 - Bis 5facher Verstärker
- Verstärker im Dialog
 - Einfach lesbarer Text, kurze Headline, farbige Elemente
- Einfach gestaltetes Respons-Element
- Das Reaktions-Ziel als Verstärker
- Die Zielgruppe als Verstärker

Die Konzeption der Werbemittel

Das Minimum



Versandhülle

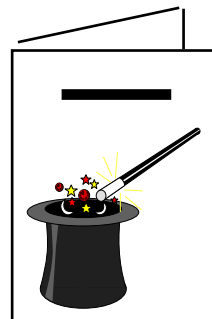


Brief

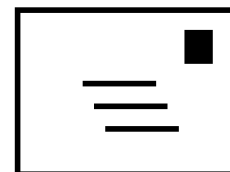


Response-
element

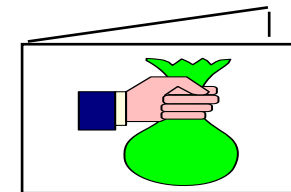
Verstärker



Flyer



Antworthülle



Gewinnspiel

Was ist hier anders?

Auf dem nächsten Bild sind zwei Fehler versteckt.

Finden Sie sie!

Welche zwei Wörter verstecken sich hier?

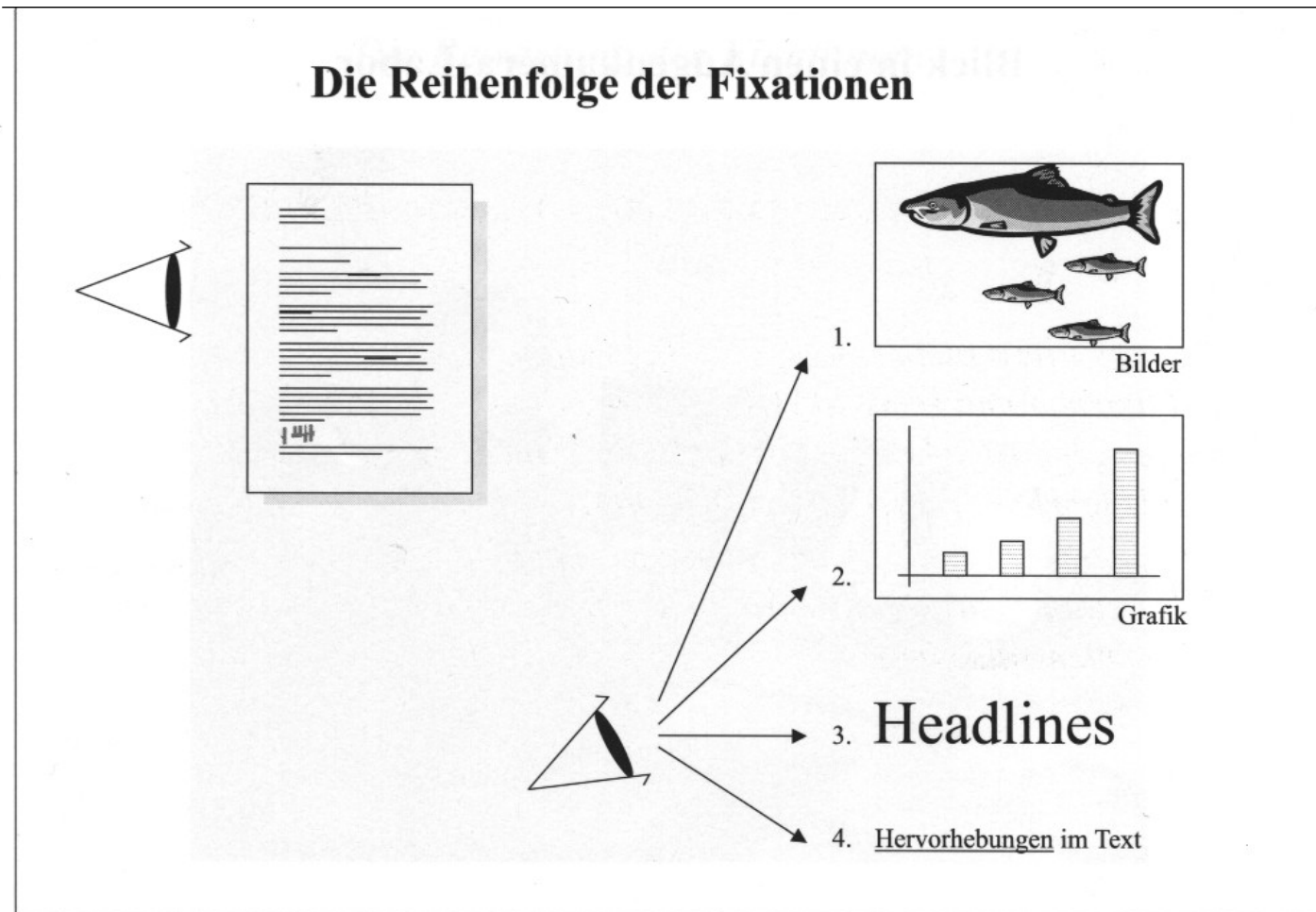


Heidi Klum begann Ihren Erfolg im Jahr 1992. **Erfolg** und Anerkennung erhielt Sie seitdem. Im Mai 2004 kommt Ihre Tochter Leni zur Welt.

Vielseitig, leistungsstark und zuverlässig. Mit dem Tüv-Zertifikat „Für Allergiker geeignet“. Ist die ideale Staubsauger für Ihre eigene **Gesundheit**. Ein starker, aber leiser Motor überzeugt beim Saugen.

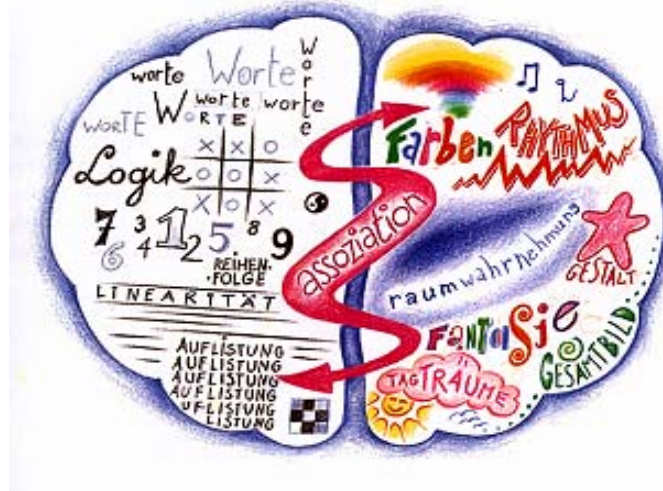


Werbung aus Sicht der Zielgruppe



Verbale
Seite

Sprache
Text
Rechnen
Lesen



Visuelle Seite

Bilder
Kreativität
Körpersprache
Sehen

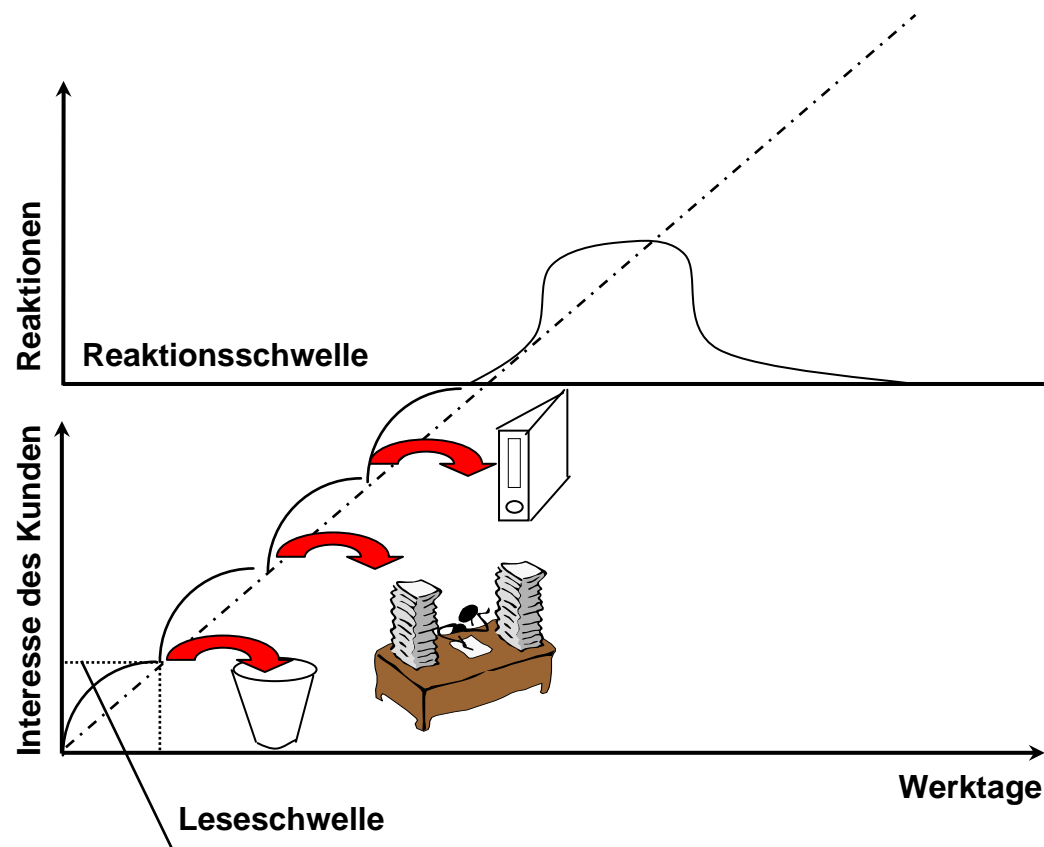
Text

Die linke Gehirnhälfte ist überlastet.
Filterfunktion der rechten Hälfte.
Erst wenn rechts überzeugt ist (Nutzen), wird links eingeschaltet.

Bild

Heute: Keine Zeit! = Botschaft muss sofort sitzen!

Erfolgsfaktor: Ihr Konzept



Zitat:

*Der Köder muss dem Fisch und
nicht dem Angler schmecken!*

Beratungsangebot

- **Tipps und Tricks für das Entwickeln und Gestalten Ihrer erfolgreicher Werbeaktionen.**
- **Optimierung Ihrer Werbeunterlagen: Mailings, Anzeigen und Prospekte**
- **Informationen zur Adressgewinnung und Adressmiete**
- **Portooptimierung Ihrer Sendungen durch einfache Software-Lösungen**
- **Planung Ihrer Direktmarketingaktion**

Nutzen Sie dieses Gratis-Angebot für Ihren Werbeerfolg.



**Wir freuen uns auf ein
Wiedersehen mit Ihnen!**