

Checkliste für Ihr Mailing-Konzept – 20 wichtige Fragen



Wenn Sie selbst ein Mailing konzipieren, sollten Sie sich die folgenden Fragen beantworten.

1. Wie ist der Versand geregelt?

- ☐ einfach
- ☐ mehrfach
- ☐ regelmäßig

2. Ist das Versand-Datum angegeben?

3. Ist die Auflagenhöhe festgelegt?

4. Ist die Zielgruppe definiert?

- ☐ Stammkunden
- ☐ Unternehmen
- ☐ Privatkunden
- ☐ Interessenten aus eigener Datei
- ☐ gekaufte Adressen
- ☐ ...

5. Wer ist der Entscheider? (Man with Authority and Need)

Liegen die folgenden Infos zum Entscheider vor? Region, Branche, Unternehmensgröße, Funktion im Unternehmen (Geschäftsführer, Personalleiter, IT-Verantwortlicher etc.), Geschlecht, weitere Merkmale

6. Wie ist die Beziehung zwischen Ihnen und der Zielgruppe definiert?

- ☐ Die Zielgruppe ist bereits Kunde.
- ☐ Die Zielgruppe kennt das Unternehmen.
- ☐ Die Zielgruppe kennt Ihre Dienstleistung.
- ☐ Die Zielgruppe kennt das konkrete Angebot, das Inhalt des Mailings ist.

☐ Die Zielgruppe sind potenzielle Neukunden, die das Unternehmen noch nicht kennen.

☐ Sonstiges:

7. Ist das Ziel des Mailings definiert? Welche speziellen Ziele verfolgen Sie mit dem Mailing?

8. Wie sollen neue Kunden gewonnen werden?

☐ Interessenten aus der eigenen Kartei zu Neukunden machen

☐ Neukunden aus »kalten« Adressen gewinnen

☐ definierte potenzielle »Lieblingskunden« ansprechen

☐ Sonstiges:

9. Wie sollen Bestandskunden aktiviert werden?

☐ Ein-Mal-Kunden zu Stammkunden machen

☐ Bekanntheitsgrad bei den potenziellen Kunden halten und erhöhen

☐ Sonstiges:

10. Wie sollen die (Stamm)-Kunden gepflegt und die Kundenbindung gesteigert werden?

☐ Stammkunden mit regelmäßigem Info-Newsletter versorgen

☐ Stammkunden über aktuelle Angebote informieren

☐ Stammkunden einladen

☐ Sonstiges:

11. Soll zu einer Veranstaltung eingeladen werden?

☐ Fachvortrag, Pilotseminar, Schnupperseminar

☐ Messe

☐ Tag der offenen Tür, Büroeröffnung, Event

☐ Sonstiges:

12. Was hat der Kunde davon, wenn er die Dienstleistung kauft? Ist dies im Mailing erläutert?

13. Welche Informationen enthält das Mailing über das Angebot, die Leistung, das Produkt?

14. Wie ist der Tonfall des Mailings gehalten?

witzig oder ernst, ermunternd oder informierend ...

15. Was soll die Aktion auslösen?

Info-Material-Anforderung, Anruf ...

16. Wie soll sich der Kunde melden?

Per Fax, Telefon, Antwortkarte, E-Mail, oder über die Website?

17. Welche Bestandteile soll das Mailing enthalten?

18. Wie sollen die Bestandteile gestaltet sein?

19. Was passiert, wenn der Leser nicht reagiert?

Fassen Sie telefonisch nach? Wann senden Sie ein zweites, wann ein drittes Mailing?

20. Was passiert, wenn der Kunde reagiert?

Erhält er ausführliche Unterlagen? Wie wird der folgende Begleitbrief auf das Mailing abgestimmt?