

CHECKLISTE FÜR IHR INTERNATIONALES DIALOG MARKETING.



Nutzen Sie unseren Leitfaden und werben Sie erfolgreich auf direktem Weg.

PLANEN SIE JETZT IHRE INTERNATIONAL **ERFOLGREICHE** DIALOG MARKETING-KAMPAGNE.

Mit Dialog Marketing haben Sie beste Aussichten auf Geschäftserfolge – auch jenseits nationaler Grenzen.

Nutzen Sie die Checkliste als Hilfsmittel, um sicherzustellen, dass Sie alle relevanten Faktoren für Ihre Maßnahme berücksichtigt haben – von der Planung über die Durchführung bis hin zur Erfolgskontrolle.

1. Planung / Konzeption

Ziele festlegen

- Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- Verkaufsaufgaben / Up- & Cross-Selling
- Kommunikationsaufgaben,
- Test durchführen
- Imageaufbau / -steigerung

Bemerkungen:

Zielland analysieren & auswählen

- Wirtschaftliche & kulturelle Faktoren
- Lokaler Markt:
 - Lokales Kaufverhalten
 - Lokale / r Angebote / Wettbewerb
- Steuern / Abgaben / Zölle
- Allgemeine Dialog Marketing-Affinität
- Allgemeine Dialog Marketing-Infrastruktur

Bemerkungen:

Zielgruppe im Inland und Ausland definieren & identifizieren

Art der Beziehungsstruktur (B2B, B2C)

Bemerkungen:

Segmentierung der B2C- oder B2B-Zielgruppen:

Geografische Kriterien

Soziodemografische Kriterien

Verhaltensbezogene Kriterien

Psychografische Kriterien

Budget bestimmen

Kampagne

Bemerkungen:

Konzeption / Kreation anpassen

Internationale Produktion organisieren

Media-Adaption und lokale Verteilung

Response-Anreize anpassen

Response-Management und Fulfilment

Internationales Response-Management

Internationales Fulfilment / Order-Management

Produktion von Fulfilment-Material

Auswahl internationaler Dienstleister

Timing festlegen

Geplanter Kampagnenstart? _____

Briefing-Deadlines? _____

Zeitraum für die Layout-Erstellung,
Reinzeichnung, Lektorat, Litho? _____

Benötigter Produktionszeitraum? _____

Beratung&Prüfung durch internationale / lokale Experten? _____

Werbemittel / -kanäle aussuchen

Medien-Mix an Zielland anpassen
(Adaption des Medien-Mix an lokale Nutzungsstrukturen
der Medien seitens der Kunden und Wettbewerber)

Bemerkungen:

Mailing

Fax

Info-Flyer

DRTV (Direct Response TV)

Beilage Printmedien

DRR (Direct Response Radio)

Response-Anzeige

Broschüre

Couponing

Postwurfsendung

E-Mail-Marketing

Telefon-Marketing

Web-Marketing

2. Durchführung

Internationale Anforderungen beachten

- Ausländische Anforderungen an das Werbemittel
 - CD-Richtlinien beachtet?
 - Aufmerksamkeitsstark?
 - Zielgruppe erreicht? (Tonalität, Bildwelt)
 - Botschaft (Nutzen) klar transportiert?
 - Bildrechte erworben? (lizenzpflichtig / lizenzfrei)

- Ausländische Anforderungen an das Response-Element
 - Handlungsaufforderung klar formuliert?
 - Einfach in der Handhabung?
 - Technische und postalische Bestimmungen erfüllt?
(Portooptimierte Versandart)
 - Ggf. Kampagnen-Codierung für Erfolgsmessung?
 - Wurden Personalisierungsmöglichkeiten genutzt?
(Vorgedrucktes Adressfeld)
 - Datenschutzvermerk vorhanden?
 - Unterschrift Kunde / sonstige rechtliche Bestimmungen?

Bemerkungen:

3. Erfolgsmessung

Kampagne auswerten

- Response-Management
 - Erfolgskriterien (mit Dienstleistern) definieren
 - Ablauf Response-Auswertung definieren und organisieren
 - CPI / CPO

- Learnings für künftige Kampagnen nutzen
 - Erfolge / Misserfolge an relevanten Stellen kommunizieren
 - Mitarbeiter intern
 - Beteiligte Dienstleister

- Update Datenbank
 - Qualifizierung
(ggf. Änderung / Ergänzung Bestandskundeninfos
und / oder Hinzufügen potenzieller Neukunden)
 - Kontakthistorie

- Beurteilung der gesamten Kampagne

Bemerkungen:

Mit dem Abschluss Ihrer Kampagnen-Planung kann es nun an die Durchführung gehen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihren Werbemaßnahmen!

Deutsche Post AG
Head Office Global Mail
53250 Bonn
Germany

www.dhl-globalmail.com

Status: 09/2007
Mat. no. 675-601-781

