

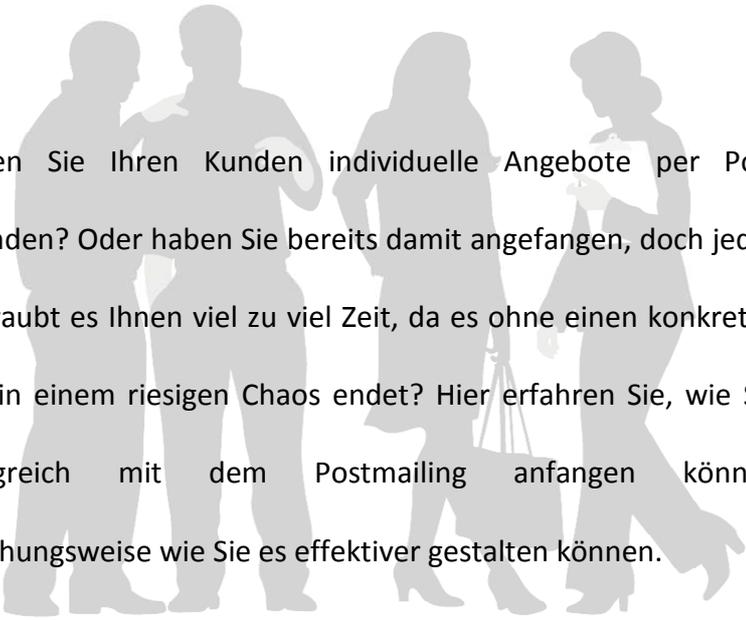
# Checkliste

## Ein Postmailing wirksam versenden



WiPeC - Experten für Vertrieb & Marketing 2.0

## „Ein Postmailing wirksam versenden“

A faint, grey silhouette of four business professionals (two men and two women) standing and talking, positioned behind the main text block.

Wollen Sie Ihren Kunden individuelle Angebote per Post zusenden? Oder haben Sie bereits damit angefangen, doch jedes Mal raubt es Ihnen viel zu viel Zeit, da es ohne einen konkreten Plan in einem riesigen Chaos endet? Hier erfahren Sie, wie Sie erfolgreich mit dem Postmailing anfangen können beziehungsweise wie Sie es effektiver gestalten können.

## Aufbau und Schritte eines Postmailings

- ✓ Titel für Ihre Postmailing-Aktion: Worum geht es?
- ✓ Zweck, Vorgehensweise klären: Was wollen Sie erreichen? Wie können Sie das umsetzen? Wollen Sie womöglich Stammkunden durch Kundenkarten, Bonus- und Sammelpunkt-Aktionen gewinnen?
- ✓ Adressen sammeln, möglicherweise bestellen: Dafür sollten Sie einige Wochen einplanen.
- ✓ erneute Durchsicht
  - Beginn: ungefähr 12 Wochen vor Endtermin
  - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
  - Erledigt?
- ✓ Auflage bestimmen: Haben die Adressen unterschiedlicher Quellen, müssen sie kontrolliert werden, um Dopplungen aus dem Weg zu gehen?
- ✓ Adressen von Lettershops sortieren lassen, usw.
- ✓ Inhalt, Aufbau, Design für Umschlag, Brief, Prospekt erstellen: Finden Sie einen passenden Einstieg, der das Interesse der Leser weckt. Zeigen Sie Ihren Kunden, welchen Vorteil Ihre Produkte bieten, wenn sie bei Ihnen erneut kaufen. Nun schreiben Sie im Hauptteil über Ihre Werbe-Aktion, wie zum Beispiel Saison-Rabatte oder Gutscheine. Im Schlussteil können Sie zum Ausdruck bringen, dass Sie den Kunden jederzeit zur Verfügung stehen, wenn sie noch eine individuelle Beratung erhalten wollen oder sie noch Fragen haben.

- ✓ Gewicht, Rahmenbedingungen eingehalten?  
Überschreiten sie die Portogrenzen?
    - Beginn: ungefähr 10 Wochen vorher
    - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
    - Erledigt?
  
  - ✓ Druckgeschäft oder Lettershop angefragt? Alle Aufgaben delegiert? Lettershop ist sinnvoll bei über 100 Briefen!
    - Beginn: 8 Wochen vorher
    - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
    - Erledigt?
  
  - ✓ Layout
    - Beginn: 7 Wochen vorher
    - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
    - Erledigt?
  
  - ✓ Kontrolle
    - Beginn: 6 Wochen vorher
    - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
    - Erledigt?
- 
- A faint, grey silhouette of four business professionals (two men and two women) standing and talking, positioned behind the 'Layout' and 'Kontrolle' sections of the checklist.

- ✓ Druckvorlage entwickeln, Belichtung?
- ✓ Vorlage an Druckershop schicken
  - Beginn: 4 Wochen vorher
  - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
  - Erledigt?
- ✓ Überprüfen der Druckvorlage
- ✓ Alles geklärt wie Umschläge, usw. und abgegeben beim Druckgeschäft?
- ✓ Porto-Kosten bezahlt? Für die Frankierung benötigen Lettershops einen Portovorschuss.
  - Beginn: 2 Wochen vorher
  - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
  - Erledigt?
- ✓ Frankiert?
- ✓ Alle Briefe in Umschlägen?
  - Beginn: 3 Tage vorher
  - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
  - Erledigt?
- ✓ Auslieferungstermin: ...
- ✓ Briefe angekommen beim Empfänger?
  - Beginn: 1 Woche nach Versand
  - Ihr gesetztes Fälligkeitsdatum: ...
  - Erledigt?



## Ein Versandbeispiel unseres Postmailings

Die Vorgehensweise, auch eingeteilt in wer macht was, haben wir für Sie in diesen 10 kurzen Schritten zusammengefasst:

1. Versender: Die Kampagne wird entworfen (Zielgruppe und Angebote)
2. Versender / Mitarbeiter: Adressen werden herausgesucht, zusammengestellt und kontrolliert
3. Druckerei: Von verschiedenen Druckereien werden Angebote eingeholt (Nur wenn die Druckerei genau weiß um was es geht und die Vorlagen gesichtet hat, kann der Preis genau bestimmt werden)
4. Versender: Postkartengröße wählen
5. Versender: Inhalt/Stil/Bilder werden bearbeitet
6. Grafiker: Druckvorlage als PDF erstellen lassen
7. Versender / Grafiker: Landingpage erstellen (Die Anmeldeseite)
8. Versender: Adressdaten als Exceldatei und die, vom Grafiker erstellte, PDF geht an die ausgewählte Druckerei
9. Versand des Postmailings
10. Versender: Auswertung des Postmailing



## Ein Auswertungsbeispiel aus unserer Praxis

### Kosten-Kalkulation für 1.400 Karten:

- ca. 0€ Adressen
- ca. 60€ Grafik
- ca. 250€ Druckerei
- ca. 490€ Porto
- = ca. 800€

### Umsatzkalkulation:

- ⇒ 100 Irrläufer -> 1.300 Empfänger
- ⇒ 44 eindeutige Aufrufe lt. Analytics
- ⇒ 5:22 min Aufenthalt
- ⇒ 3% Conversion [Optimierung Link / Text]
- ⇒ 20 Webinar-Leads (40€ pro Lead)
- ⇒ 45 % Conversion (1,5% auf alle) [Optim. Termine]
- ⇒ 4 Anmeldungen je ca. 1.700€ (200€ pro TN)
- ⇒ 20% Conversion (0,3% auf alle)
- ⇒ Gewinn von 6.000€

# Über die Autoren

Elisabeth & René Penselin

Elisabeth und René Penselin sind Gründer und Begleiter zahlreicher Unternehmensprojekte, die sie in den letzten 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen, ob als Geschäftsführer, Marketingleiter, Trainer, Unternehmensberater oder Vertriebsmanager, erfolgreich unterstützt haben.



Ursprünglich kommt René Penselin aus der Betriebswirtschaft und dem klassischen Verkauf, wo er lange Jahre als Manager in Handel und Industrie tätig und für 24 Millionen Euro Umsatz verantwortlich war. Elisabeth Penselin kommt aus der Kommunikationspsychologie und spezialisierte sich schnell auf Onlinemarketing.

Sie selbst haben 2009 das Unternehmen WiPeC gegründet und von heute auf morgen komplett über das Internet aufgebaut. Mittlerweile gewinnen sie 80% Ihrer Kunden online, besitzen mehrere florierende Internet-Projekte, ein erfolgreiches Mitgliederprojekt sowie ein fünfköpfiges Mitarbeiter-Team.



Als Unternehmensberater, Trainer und Coaches unterstützen sie heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler bei der Kundengewinnung im Internet – deutschlandweit, sowie in der Schweiz und Österreich.

Ihre Kunden schätzen zum einen ihren großen Erfahrungsschatz im Online Marketing und Verkauf, als auch ihre herausragenden und professionell ausgebildeten Beraterfähigkeiten, mit Kunden gemeinsam die passende

Onlinestrategie zu entwickeln und dann auch in die Praxis umzusetzen.

Mit ihrem Team aus Social Media und Content Managern, IT-Experten und Webdesignern bieten sie die optimale strategische Beratung sowie deren professionelle Umsetzung für mehr neue Kunden über das Internet.



Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website [www.kundengewinnung-im-internet.com](http://www.kundengewinnung-im-internet.com).

**Wenn Sie Fragen zu ihren Dienstleistungen haben, dann rufen Sie das WiPeC-Team an unter 0351. 843 58 41 an oder schicken Sie ihnen eine E-Mail an [info@wipec.de](mailto:info@wipec.de)**

Das Team freut sich, wenn sie auch Ihre Unternehmensentwicklung positiv stärken kann!

# Impressum

WiPeC – Experten für Vertrieb & Marketing 2.0  
Elisabeth & René Penselin  
Kronenstraße 61  
D-01129 Dresden

Fon: +49 (0) 351. 843 58 41  
[info@wipec.de](mailto:info@wipec.de)

[www.kundengewinnung-im-internet.com](http://www.kundengewinnung-im-internet.com)  
[www.wipec.de](http://www.wipec.de)  
[www.facebook.com/wipec](https://www.facebook.com/wipec)

