

Directmailing-Analyse

Persönlich und passgenau im Briefkasten

Direct Mailing hat oft nur eine einmalige Chance, sich beim Rezipienten durchzusetzen. Entsprechende Kampagnen müssen genau auf die Zielgruppe und das Empfangsszenario abgestimmt sein. Vielfältige Ansätze und Formate des modernen Dialog- und Direktmarketings erfordern daher eine Vielfalt und Kombination intelligenter Forschungsmethoden zur Überprüfung von Wirkung und Kommunikationsleistung - passend zum Entwicklungsstand Ihrer Kampagne.

Vorgehen und Methode

In Abhängigkeit vom Konzeptionsstand des Direct Mail setzen wir unterschiedliche Methodenkombinationen ein: In der strategischen Entwicklungsphase generieren wir mittels Kreativ-Workshops oder Gruppendiskussionen neue Werbeideen. In der Konzeptphase stehen Verständnis und Ansprache der Zielgruppe im Mittelpunkt der Befragungen. Durch den Einsatz qualitativer Tiefeninterviews identifizieren wir gezielt Stärken und Schwächen Ihres Direct Mail und leiten Empfehlungen für die Optimierung ab.

Ist das Werbemittel fertig entwickelt oder bereits im Einsatz, empfehlen wir ein integratives Methodendesign, bestehend aus Briefkasten-Technik (biotische Postwurfsituation), Blickregistrierung (Eye-Tracking), halbstandardisierten Einzelinterviews oder offene Telefoninterviews. Damit liefern wir Ihnen eine fundierte Analyse über alle Phasen der Rezeption hinweg (Ersteindruck - Exploration - Call to Action) und geben die entscheidenden Empfehlungen für die Verbesserung der Durchsetzungskraft und Response im Konkurrenzumfeld.

Ihre Vorteile

Angepasst an den Konzeptionsstand Ihres Werbemittels erhalten Sie konkrete Optimierungshinweise und Handlungsempfehlungen, mit denen sich die Kommunikationsleistung Ihres Direct Mailing sichern und steigern lässt.



Mögliche Fragestellungen

- Wie setzt sich das Direct Mail im natürlichen Umfeld durch?
- Wie werden Aufbau und Struktur des Direct Mail wahrgenommen und bewertet?
- Wird die Botschaft verstanden und wie werden Layout und Design beurteilt?
- Welchen Aufforderungscharakter hat das Direct Mail? Kann es zu intensiverer Auseinandersetzung und zur Response motivieren?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner