

Directmailing Analysen

Persönlich und passgenau im Briefkasten

Ein Directmailing hat oft nur eine einmalige Chance, sich beim Rezipienten durchzusetzen und muss daher genau auf die Zielgruppe und das Empfangsszenario abgestimmt sein. Dies erfordert eine detaillierte Directmailing Analyse, die Ihr Werbemittel nicht nur auf inhaltlicher Ebene untersucht, sondern bereits die frühe Aufmerksamkeitsphase auf den Prüfstand stellt.

Vorgehen und Methode

In Abhängigkeit vom Konzeptionsstand des Werbemittels setzen wir unterschiedliche Methodenkombinationen ein:

- In der strategischen Entwicklungsphase gilt es, im Rahmen eines Konzepttests mittels Kreativ-Workshops oder Gruppendiskussionen Entwürfe des Directmailings vorab zu überprüfen bzw. neue Werbeideen zu generieren. In dieser Phase stehen die Motive und Bedürfnisse der Zielgruppe und die Evaluation des Konzepts im Hinblick auf Verständnis und Zielgruppenansprache im Mittelpunkt der Befragung, die wir mittels qualitativer Methoden gezielt eruieren können.
- Ist das Werbemittel fertig entwickelt oder bereits im Einsatz, empfehlen wir ein integratives Methodendesign, bestehend aus Briefkasten-Technik (biotische Postwurfsituation), Blickregistrierung (Eye-Tracking), teilstandardisierten Einzelinterviews oder offenen Telefoninterviews. Mit diesem multimethodalen Design 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.

Spezielle Vorteile der „Briefkasten-Technik“:

- Identifikation der Durchsetzungsstärke Ihres Directmailings im natürlichen Umfeld (das Directmailing wird im natürlichen Umfeld einer typischen Postwurfsendung eingebunden und durchläuft somit eine „Generalprobe“)
- Einblick in spontane Reaktionen Ihrer Zielgruppe auf das Directmailing
- Kombiniert mit der Methode des lauten Denkens und der Verhaltensbeobachtung erhalten Sie zusätzlich Einblicke in die mentalen Prozesse während der Interaktion mit dem Briefkasteninhalt

Ihre Vorteile

Angepasst an den Konzeptionsstand Ihres Werbemittels erhalten Sie ein umfassendes Bild über das Leistungsvermögen Ihres Directmailings. Wir liefern Ihnen konkrete Optimierungshinweise und Handlungsempfehlungen, mit denen sich die Kommunikationsleistung Ihres Directmailings sichern und steigern lässt.



Mögliche Fragestellungen

- Wie durchsetzungsstark ist das Directmailing im natürlichen Umfeld (z.B. Briefkasten)?
- Wie erfolgt die Orientierung im Directmailing? Werden relevante Kommunikationselemente aufmerksam betrachtet und gelesen?
- Wie werden Aufbau und Struktur des Werbemittels bewertet?
- Welchen Aufforderungscharakter hat das Directmailing? Weckt es Neugier und weitergehendes Interesse am Produkt?

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

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner

