

## Direct Marketing

[www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)

### Checkliste unadressierte Mailings

Diese Checkliste dient als Leitfaden für Planung, Umsetzung und Erfolgskontrolle von unadressierten Mailings. Sie hilft sicherzustellen, dass zum Zeitpunkt der Auftragserteilung alle Informationen vorhanden sind und bei Planung und Kontrolle die wichtigen Schritte beachtet werden. Sie kann je nach Projekt individuell angepasst werden.

Anmerkung: Die Produktion der Werbemittel wird in dieser Checkliste nicht berücksichtigt. Siehe dazu die Checklisten «Druckvorstufe» und «Druckphase». Für die qualitativ-inhaltliche Beurteilung der einzelnen Mailingbestandteile siehe die entsprechenden Beurteilungsraster.

**Die vollständige Version dieser Checkliste sowie eine umfassende Sammlung weiterer Checklisten finden Sie im DirectExpert, dem Fachwerk der Post zum Thema Direct Marketing!**

Auftraggeber:	Projektleitung:
	Abteilung:
Projektnummer:	
Projektbezeichnung:	
Datum:	
Verteiler Checkliste:	Intern:
	Extern:

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/Spezifikationen
<b>Planung und Konzeption</b>	
<b>Sind die Zielgruppen definiert und wurden die Selektionsmöglichkeiten ausgeschöpft?</b>	
<input type="checkbox"/> B2B und/oder B2C	
<input type="checkbox"/> soziodemografische Selektionskriterien wie Gebiete nach Einkommensklassen (z.B. nach Strassenzügen) und Haustypen	
<input type="checkbox"/> geografische Selektionskriterien wie Stadt, Land, Sprachregionen, Ortschaften, Agglomerationen, Gebiete	
<input type="checkbox"/> Postfächer, Briefkästen	
<b>Sind die Ziele definiert?</b>	

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/Spezifikationen
<input type="checkbox"/> Wirkungsziele	
<input type="checkbox"/> Handlungsziele (Response-Quoten, CPO, CPR, Absatzmengen, Anzahl Neukunden, Besucherfrequenzen usw.)	
<input type="checkbox"/> Informationen, welche über die Empfänger erhoben werden	
<b>Sind folgende allgemeinen Punkte definiert?</b>	
<input type="checkbox"/> zeitliche Aspekte (Tag der Verteilung, Koordination mit anderen Massnahmen, Koordination mit Aktivitäten am POS usw.)	
<input type="checkbox"/> Sprachen, Zielgebiete, Auflage	
<input type="checkbox"/> Angebotsmix	
<input type="checkbox"/> Wahl der externen Partner	
<input type="checkbox"/> Integration in Massnahmenkette	
<b>Sind alle Kostenfaktoren berücksichtigt respektive ist der Budgeteinsatz definiert?</b>	
<input type="checkbox"/> Konzeption, Realisation und Produktion der Werbemittel (siehe auch «Budgetraster Mailing»)	
<input type="checkbox"/> Verteilkosten (Berücksichtigung von tarifrelevanten Faktoren wie Gewicht, Format, Selektionskriterien)	
<input type="checkbox"/> Verstärker wie Wettbewerbe usw.	
<input type="checkbox"/> Response Management, Fulfillment	
<b>Wurden Richtlinien zur Gestaltung festgelegt?</b>	
<input type="checkbox"/> CI/CD-Vorschriften	
<input type="checkbox"/> Stil, Tonalität	
<input type="checkbox"/> Vorgaben bezüglich Bildwelten, Kommunikationsinhalten	
<input type="checkbox"/> Rahmenbedingungen wie die Grösse der Postfächer und Briefkästen, Vorschriften der Verteilorganisation usw.	
<b>Wurde die Art des Werbemittels festgelegt?</b>	
<input type="checkbox"/> komplettes Mailing <input type="checkbox"/> Prospekt, Katalog <input type="checkbox"/> Flyer (Flugblatt) <input type="checkbox"/> Gratiszeitung <input type="checkbox"/> Gratismuster <input type="checkbox"/> Teaser-Karte <input type="checkbox"/> anderes	
<b>Wurde die Streuliste erstellt?</b>	

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/Spezifikationen
<input type="checkbox"/> Bestimmung der Auflagen/Streuung	
<b>Wurden alle involvierten Stellen über die Massnahme informiert?</b>	
<input type="checkbox"/> Personen mit Kundenkontakt (Verkaufspersonal, Mitarbeiter des Call Centers usw.)	
<input type="checkbox"/> Vertragspartner (z.B. Händler)	
<input type="checkbox"/> Verantwortliche für Response Management	
<input type="checkbox"/> weitere interne und externe Stellen	
<b>Kreation</b>	
<b>Enthält das Werbemittel eine Kernidee?</b>	
<input type="checkbox"/> Kernidee (evtl. Übernahme einer Kernidee aus aktueller Kampagne)	
<b>Wurden alle Punkte bezüglich Produktion definiert resp. abgeklärt/erledigt?</b>	
<input type="checkbox"/> Wahl von Papierqualität und -gewicht	
<input type="checkbox"/> Bestimmung der Umsetzungsart (Format, Falzart, Perforationen, Aufspenden von Response-Elementen usw.)	
<input type="checkbox"/> Farbwahl (Euroskala, Sonderfarben)	
<b>Enthält das Werbemittel inhaltlich alle wichtigen Punkte?</b>	
<input type="checkbox"/> überzeugender Angebotsmix	
<input type="checkbox"/> bei Direktverkauf: Informationen wie Preis, Versandkosten, Lieferart, Zahlungsweise, Garantien	
<input type="checkbox"/> Verstärker	
<input type="checkbox"/> Aufforderung zum Reagieren via Telefon, Internet, E-Mail, Antwortelement oder SMS	
<input type="checkbox"/> Response-Element (Coupon, Antwortkarte, Antwortfax)	
<input type="checkbox"/> klare Absenderidentifikation	
<input type="checkbox"/> bei POS: Standorthinweis, evtl. Anfahrtsplan	
<input type="checkbox"/> bei Eventpromotion: Datum des Anlasses, Veranstaltungshinweise usw.	
<input type="checkbox"/> bei Preisangebot: Datum der Gültigkeit	
<b>Wurden folgende Punkte bei Text und Gestaltung berücksichtigt?</b>	
Text:	
<input type="checkbox"/> nutzenorientierte Formulierung von Headlines und Untertiteln	

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/Spezifikationen
<input type="checkbox"/> klare Kommunikation der Botschaften	
<input type="checkbox"/> unterstützende Argumente und Erläuterungen im Copytext	
<input type="checkbox"/> Tonalität abgestimmt auf Angebot, optische Anmutung des Werbemittels, Zielgruppe und Corporate Wording	
Layout:	
<input type="checkbox"/> Couvert, Titelseite eines Prospekts mit Einladung/Aufforderung/Anreiz zum Öffnen	
<input type="checkbox"/> plakative Gestaltung mit starken visuellen Reizen	
<input type="checkbox"/> klare Präsentation des Angebotsmix	
<input type="checkbox"/> starke Hervorhebung von Nutzen/Vorteilen (z.B. Preis)	
<input type="checkbox"/> nach Bedarf Einsatz von Gestaltungsmitteln wie Panels, Signalfarben, Pfeile, Aufzählungen mit Bulletpoints usw.	
<input type="checkbox"/> Farbeinsatz passend zum Unternehmen und zur Zielgruppe	
<input type="checkbox"/> Bildwahl passend zu Angebot, Zielgruppe und Corporate Design	
<input type="checkbox"/> gutes Bild-Text-Verhältnis	
<input type="checkbox"/> auffallende Platzierung der Response-Aufforderungen	
<input type="checkbox"/> prominente Platzierung von Logo, Telefonnummer, URL, E-Mail-Adresse usw.	
<b>Welche Response-Möglichkeiten wurden integriert?</b>	
<input type="checkbox"/> schriftlich: Antwortkarte, Faxantwortschein oder Coupon zum Heraustrennen oder Ausschneiden	
<input type="checkbox"/> telefonisch: Telefonnummer (evtl. Gratisnummer)	
<input type="checkbox"/> elektronisch: E-Mail-Adresse, URL, SMS	
<b>Wurden folgende Punkte zu Inhalt, Text und Gestaltung des allfälligen Response-Elements berücksichtigt?</b>	
<input type="checkbox"/> auffordernde und klare Formulierungen	
<input type="checkbox"/> klare Handlungsanweisung	
<input type="checkbox"/> auffallende Gestaltung	
<input type="checkbox"/> benutzerfreundliche Handhabung	
<input type="checkbox"/> Bezeichnung der Felder für Adresseintrag	

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/Spezifikationen
<input type="checkbox"/> genügend Zeilenabstand für handschriftliche Einträge	
<input type="checkbox"/> Einsendeadresse, Einsendeschluss und Angebotsgültigkeit auf Antwortelement	
<input type="checkbox"/> bei Direktbestellung: Wiederholung von Preis, Versandkosten, Garantien, evtl. Feld für Datum und Unterschrift	
<input type="checkbox"/> bei Wettbewerben und Verlosung: Möglichkeit der Teilnahme ohne Direktbestellung, evtl. Wiederholung der Teilnahmebedingungen	
<input type="checkbox"/> Erklärung, was nach dem Einsenden zu erwarten ist	
<input type="checkbox"/> Faxfähigkeit	
<input type="checkbox"/> Eignung zur Weiterverarbeitung	
<input type="checkbox"/> Codierung	
Speziell bei Coupon:	
<input type="checkbox"/> optische Kennzeichnung der Abtrennungslinie mit Schere und gestrichelter Linie	
Speziell bei Faxantwortschein:	
<input type="checkbox"/> auffallende Platzierung der Faxnummer, evtl. zusätzliche Platzierung auf der Rückseite	
<input type="checkbox"/> Faxtauglichkeit? (helle Farben für Hintergrund, wenig Bilder, keine grossen Farbflächen, Format vorzugsweise A4, breite Ränder usw.)	
<b>Letzter Check: Wurde allen Punkten Rechnung getragen?</b>	
<input type="checkbox"/> zielgruppenadäquate Gestaltung und Angebotspräsentation	
<input type="checkbox"/> Umsetzung in Abstimmung mit Zielerreichung	
<input type="checkbox"/> schnelle und klare Erkennbarkeit von Nutzen und Vorteilen	
<input type="checkbox"/> wenige, aber schnell erfassbare und starke Botschaften	
<input type="checkbox"/> gutes Spannungsverhältnis Bild/Text	
<input type="checkbox"/> Aufführung mehrerer Response-Möglichkeiten	
<b>Realisation</b>	
<b>Wurden alle Schritte in der Realisation erledigt?</b>	
<input type="checkbox"/> Anforderung von Blindmustern	
<input type="checkbox"/> Offerteinholung	

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/Spezifikationen
<input type="checkbox"/> rechtzeitige Auftragserteilung an alle Partner (Litho, Druck, Lettershop, Hersteller von Warenmustern, Verteilorganisation usw., siehe auch die Vorlagen «Produktion Versandcouverts» und «Produktion Drucksachen»)	
<input type="checkbox"/> Planung und Durchführung von Fotoshootings	
<input type="checkbox"/> Lektorat aller Texte	
<input type="checkbox"/> evtl. Übersetzung aller Texte	
<input type="checkbox"/> Aufbereitung der Werbemittel in den verschiedenen Sprachen	
<input type="checkbox"/> Anforderung von Bildrechten	
<input type="checkbox"/> Bereitstellung aller Feindaten von Bildern und Grafiken	
<input type="checkbox"/> allenfalls Bereitstellung von aufzuhängenden Gegenständen	
(Realisation: siehe auch Checklisten «Druckvorstufe», «Druckphase» und «Personalisierung und Lettershop»)	
<b>Response Management / weitere Schritte</b>	
<b>Sind alle wichtigen Punkte berücksichtigt?</b>	
<input type="checkbox"/> Sicherstellung der Adresserfassung	
<input type="checkbox"/> Sicherstellung der nachgelagerten Prozesse	
<input type="checkbox"/> Bereitstellung der Ressourcen für die Response-Verarbeitung	
<input type="checkbox"/> Bereitstellung von Waren und Dokumentationen	
<input type="checkbox"/> Bereitstellung von Wettbewerbspreisen und Incentives	
<input type="checkbox"/> Weiterbearbeitung der Leads mit Mailings, Telefonmarketing oder Aussendienstbesuchen	
<input type="checkbox"/> POS: Bereitstellung des beworbenen Angebots	
<b>Auswertung und Analyse</b>	
<b>Wurden die relevanten Messwerte erhoben?</b>	
<input type="checkbox"/> Anzahl Einsendungen	
<input type="checkbox"/> Anzahl eingegangene Bestellungen	
<input type="checkbox"/> Umsatz/Absatz pro Produkt	
<input type="checkbox"/> Anzahl Neukunden/Neuinteressenten	
<input type="checkbox"/> Cost-per-Order	
<input type="checkbox"/> Cost-per-Interest	

# downloads

Relevante Punkte	Bemerkungen/Entscheide/Spezifikationen
<input type="checkbox"/> Cost-per-Response	
<input type="checkbox"/> Besucher-/Kundenfrequenz am POS	
<input type="checkbox"/> Durchschnittsbestellwert (Direktbestellungen und/oder POS)	
<b>Sind die Schlussfolgerungen gezogen und weitere Analyseansätze festgelegt?</b>	
<input type="checkbox"/> generelle Konklusionen aus den Messwerten	
<input type="checkbox"/> Vergleich der Messwerte pro Selektion	
<input type="checkbox"/> Vergleich der Messwerte mit früheren Aktionen	
<input type="checkbox"/> Auswertung der gewonnenen Zusatzdaten und Kundenfeedbacks	