

# Die 13 (un-)glücklichen Zufälle im Directmarketing

Der Erfolg im Directmarketing ist keinesfalls eine Frage des Zufalls. Dennoch geschehen in der Praxis gewollt oder eben halt doch ungewollt (Miss-)Erfolge! Die folgenden 13 Punkte haben sich bewährt. Sie erheben jedoch keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit.

Zufall Nr. 1

## **Directmarketing beinhaltet auch Marketing**

Nur integrierte und aufeinander abgestimmte Marketing-Aktivitäten überzeugen

Zufall Nr. 2

## **Nehmen Sie sich genügend Zeit für Ihre Planungsarbeiten**

Auch im Directmarketing gilt der Grundsatz: gut geplant ist halb gewonnen

Zufall Nr. 3

## **Seien Sie direkt**

Weshalb lang Worte verlieren. Kommen Sie auf den Punkt! Sagen Sie ebenfalls Ihren Kunden, was Sie machen sollen!

Zufall Nr. 4

## **Haben Sie Geduld**

Nur langfristiger Erfolg zählt. Probieren Sie nicht immer wieder neue DM-Strategien aus. Ein einmal erfasster Entschluss sollte wenn möglich bis zum Schluss durchgeführt werden.

Zufall Nr. 5

## **Schreiben Sie überzeugend**

Denn wenn Sie nicht überzeugt sind, wer ist es dann?

Zufall Nr. 6

## **Anders als alle anderen**

Auch im Directmarketing gilt der Grundsatz, dass Sie nicht allzu viele „déjà vue Erlebnisse“ provozieren.

Zufall Nr. 7

## **Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Zielgruppe**

Hier gilt der Grundsatz: „der Köder muss dem Fisch gefallen und nicht dem Fischer“

Zufall Nr. 8

## **„Flirten“ Sie mit Ihren Kunden**

Bauen Sie ein Vertrauensverhältnis auf und fallen Sie nicht mit der Tür ins Haus. Eine gute Beziehung benötigt verschiedene Impulse.

Zufall Nr. 9

## **Kreativität ist gut...**

... die konsequente Umsetzung jedoch besser. Suchen Sie nicht auf Teufel komm' raus mega, coole oder giga kreative Ideen. Die Einfachheit und die Zweckmässigkeit sind vielfach die Schlüssel zum Erfolg.

Zufall Nr. 10

## **Die besten Ideenquellen liegen im eigenen Briefkasten**

Weshalb in die Ferne schweifen, wenn die besten und kreativsten Ideen Ihnen sogar täglich nach Hause gesendet werden.

Zufall Nr. 11

## **Überraschen Sie Ihre Kunden immer wieder auf neue und andersartige Ansprachen**

Spielen Sie dabei auch mit anderen Sendungsformen mit Elementen, welche Sie Ihren Werbebotschaften beilegen. Vorsicht: nur wenn es zur Situation, zu Ihren Produkten oder Dienstleistungen sowie zu Ihren Zielgruppen passt!

Zufall Nr. 12

**Entwickeln Sie Kernbotschaften, welche innert Sekunden von Ihrer Zielgruppe verstanden werden**

Niemand nimmt sich wirklich Zeit, um Ihre Werbebotschaften zu lesen. Konzentrieren Sie sich also auf die wesentlichen Dinge.

Zufall Nr. 13

**Einmal ist keinmal**

Eine einzelne Botschaft ist wie ein Tropfen auf einen heissen Stein und prallt bei Ihren Kunden ab. Wenn Sie in der Werbeflut nicht untergehen wollen, benötigen Sie verschiedene Anläufe.

Weil nun diese Zufälle nicht rein zufällig Grundregeln beinhalten, können sie immer wieder aufs Neue angewendet werden!

direkt Erfolge erzielen

[www.directmarketing-support.ch](http://www.directmarketing-support.ch)

[Kaltenrieder@directmarketing-support.ch](mailto:Kaltenrieder@directmarketing-support.ch)

© Jürg Kaltenrieder