

MARKETING-CLUB HAGEN E.V.
Mitglied im Deutschen Marketing-Verband Berufsverband des Marketing-Managements

Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.

Kunden werden mit Mailings geködert, die empfängerorientiert gestaltet sind. Wie man das macht, erklärte Richard S. Beerbaum von BestPage am 5. Juni vor den Mitgliedern und Gästen des MC Hagen und des Business Clubs der Deutschen Post.

Wie überall im Leben zählt bei einem Mailing der erste Eindruck, das erste Empfinden, die Emotion. Der Filter der Aktualgenese entscheidet, ob ein Kunde sich näher mit dem Mailing beschäftigt oder nicht. Doch die Aufmerksamkeit zu erreichen, ist nicht die schwierigste Übung. Der Empfänger muss die Botschaft auch tatsächlich wahrnehmen und darauf reagieren.

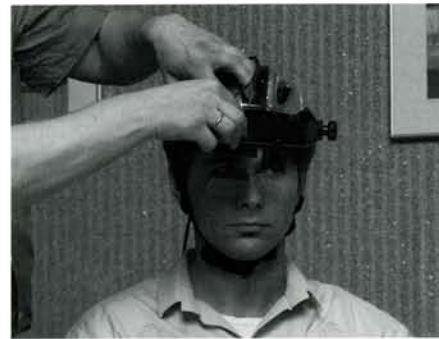


Sinn der Kommunikation ist die Reaktion
Und dazu ist schon ein wenig mehr nötig, als eine witziger Spruch oder ein »Pop up«. Das A

und O der empfängerorientierten Kommunikation ist, sich von der »Selbstbeweihräucherung« zu lösen und eine Vorteilsargumentation für den Kunden zu schaffen. Heute, wo Produkte und Dienstleistungen sich immer mehr gleichen und austauschbar sind, verkaufen wir vor allem Argumente. Ein gutes Mailing muss daher:

- ☒ Aufmerksamkeit beim Empfänger finden,
- ☒ sein Interesse wecken,
- ☒ einen individuellen Nutzen vermitteln,
- ☒ ihm vorschreiben, wie er zu reagieren hat.

Das ist nicht selbstverständlich, was unzählige schlechte Mailings beweisen, die täglich im Papierkorb landen.



Testen, ob ein Mailing ankommt
Arno Zillich, Consultant vom Direkt Marketing Center Duisburg bot den Anwesenden an, ihre Mailings auf den Prüfstand zu stellen. Dazu hatte er die neue Blickaufzeichnungskamera nach Prof. Vögele bereit gestellt. Ein Mitarbeiter des Institutes betrachtete mit dem Headset die vorgelegten Mailings. Mancher erlebte dabei eine Überraschung, denn nicht allein der Inhalt, sondern vor allem die Optik macht's: Bilder werden zu 30% stärker wahrgenommen, als Text. Ein Mailing sollte also anders sein, als ein Brief.

Wir nehmen nur wahr, was uns interessiert.
Die Augenkamera stellte außerdem unter Beweis, dass 40% des Erfolges vom Produkt abhängen. Wenn kein Interesse am Produkt besteht oder geweckt werden kann, nützt ein Mailing nichts. Ziel Nr. 1 sollte also sein, das Interesse zu wecken, in dem man die Produktvorteile herausarbeitet und als einzigartigen Nutzen für den Kunden präsentiert.

Weitere 40% des Erfolges gehen von der Zielgruppe aus. Personalisierung ist dabei besonders wichtig. Jeder Mensch liest am liebsten seinen eigenen Namen. Also vorab die Zielgruppe nach Alter, Interessen usw. selektieren, die richtigen Adressen auswählen und dafür sorgen, dass Namen und Anschriften korrekt aufs Mailing kommen.

Zu 20% tragen schließlich die Gestaltung und der Text dazu bei, ob das Mailing sein Ziel erreicht. Dabei darf nicht vergessen werden, dass ein Mailing immer auch zum Image eines Unternehmens beiträgt. Wer neue Kunden gewinnen und alte Kunden binden will, sollte sich sehr gut überlegen, wem er was mit welchen Worten und Bildern sagen will. Auf jeden Fall vermeiden: »Wir sind die größten ...« Auf jeden Fall anstreben: »Ihr Erfolg ist unser Ziel ...«.

Information über empfängerorientierte Kommunikation
Ein Thema für viele ist die empfängerorientierte Kommunikation über das Internet. Hier gilt: »Schreiben Sie nie ein Online-Mailing an jemanden, den Sie nicht kennen«. Wie man den Online-Dialog mit Kunden richtig führt, sagt uns die Direkt Marketing Studie 12. Außerdem besteht die Möglichkeit, im Direkt Marketing Center Duisburg Mailings mit der Blickverlaufkamera testen zu lassen. Infos darüber hält Arno Zillich bereit.

Wer mehr über gute Mailings wissen möchte, kann über www.beziehungskapitalist.de Kontakt zu BestPage aufnehmen.



Ganz leicht!

Entdecken Sie den neuen Weg!

Erfahren Sie alles über große Plakate in kleinen Auflagen.

Auflage	Preis	Stückpreis
50	975,-	19,-
100	1.000,-	10,-
200	1.200,-	2,-

*Das haben Sie sich verdient!!!!

Das liefern wir:
☒ Zur Freigabe einen farbigen Fotoprint
☒ Plakate bis max. 70 x 100cm auf 135g/qm Bildschwarz
☒ ... in unserer Verpackung ...
☒ ... und das ganz frei Haus!

Wann wir von Ihnen hören: Ihr Brief sollte ganz bei Ihnen sein. Das ist ein tolles Angebot!

Fax an: 02855-970020

☒ 23. Das ist ein tolles Angebot!

☒ An Ihren Brief gehen wir sofort und lassen Sie wissen.

☒ 02855-970020

Ihr Partner: Versprechen ist versprochen. Die Allerschärfste! ☒ 02855-9700-0

intern

Liebe Clubmitglieder,



wenn Sie diesen Dialog erhalten, ist die Mitgliederversammlung vom 5. Juni bereits Vergangenheit. Im Rahmen dieser Mitgliederversammlung wurde der neue Beirat gewählt, aus dem anschließend auch der neue Vorstand hervorgegangen ist. Der bisherige Vorstand, der seit fast acht Jahren mit Freude und Engagement den Marketing-Club Hagen leitete,

hatte sich entschlossen, Platz zu machen. Für einen neuen Vorstand, der die erfreuliche Entwicklung unseres Clubs mit neuen Ideen, viel Engagement und positiven Veränderungen auch weiterhin sicherstellen wird.

Einige werden diesen »Stabwechsel« vielleicht bedauern, andere werden diesen Schritt jedoch positiv beurteilen. Denn gerade in einem Marketing-Club ist es sicherlich nicht gut, ständig in eingefahrenen Gleisen zu fahren. Denn hiermit könnte durchaus die Gefahr bestehen, bestimmte Dinge zu wiederholen und damit an Attraktivität für unsere Clubmitglieder zu verlieren.

Auch Ihr Schatzmeister hat auf dieser Mitgliederversammlung den »Stab« an einen Nachfolger weitergeleitet und wird künftig als Mitglied im Beirat vertreten sein. Ich darf alle Mitglieder an dieser Stelle bitten, dem neuen Vorstand das notwendige Vertrauen entgegen zu bringen und gleichfalls Sie darum bitten, nicht in Ihrem Bemühen nachzulassen, neue Clubmitglieder zu werben.

Ich bin mir sicher, dass der neue Vorstand die Attraktivität der Clubveranstaltungen gewährleistet und das eine oder andere Neue ins Clubleben einbringen wird.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Andreas Trute

Marketing-Club Hagen e.V.

Clubsekretariat:

Renate Kümpel
DOUGLAS HOLDING AG,
Kabeler Straße 4, 58099 Hagen,
Telefon 0 23 31/690-366, Fax 0 23 31/6 36 02,
r.kuempel@douglas-holding.de
www.mc-hagen.de

Impressum

Konzept und Realisation:

CPC-Werbeberatung, Herdecke
Foto Kühle, Hagen
Werbestätt Wiesemann GmbH,
Hagen

Redaktion:

Angela Dietzel

Clubabend am 3. Juli 2001

Marketing vor Ort: Friedrich Grohe Design Centrum

Die Firma Grohe, der Marketing-Preisträger von 1996, ist führender Anbieter wasser-technologischer Gesamtlösungen und profiliert sich seit Beginn der 90er Jahre als Komplettanbieter sanitärtechnischer Produkte und Systeme.

Unter der Programmmarke GROHEART werden designorientierte Spitzenarmaturen und Accessoires für den gehobenen Anspruch angeboten. Außergewöhnliche Form in Verbindung mit hochwertigen Materialien und innovativer Technik zeichnen diese Produkte besonders aus. Im eigens dafür eingerichteten Design Centrum



sind die schönsten Beispiele gekonnten Grohe Designs zu bewundern.

Der neue Club-Präsident Jürgen Fitting, Leiter Geschäftsbereich GROHEART und Direktor Corporate Marketing der Friedrich Grohe AG & Co. KG, Hemer, wird uns am 3. Juli durch das Grohe Design Centrum führen und uns einen Einblick in die Welt der Badästhetik geben. Wir bitten um Verständnis dafür, dass diese interessante Veranstaltung nur Clubmitgliedern und deren Partnern vorbehalten ist. Da mit größtem Interesse am Besuch des Grohe Design Centruns zu rechnen ist, bitten wir um schnellstmögliche Anmeldung.

Vorstandswechsel beim MC Hagen

Der 5. Juni 2001 wird als ein denkwürdiger Tag in die Geschichte unseres Clubs eingehen. Anlässlich der Mitgliederversammlung (mit Beirats- und Vorstandswahlen) erklärte der amtierende Vorstand geschlossen seinen Rücktritt (Dr. Hoffmeister, C.P. Claudy, A. Hirsch, T. Selter und A. Trute).

Diese Entscheidung gründet sich einzig darauf, so erläuterte Dr. Hoffmeister, dass es bei allen Erfolgen und positiven Entwicklungen, der vergangenen Jahre, für ihn und seine Kollegen nun an der Zeit sei, die »Vorstandssessel« für neue Kräfte, Ideen und Impulse frei zu machen. Außerdem bekundeten alle Fünf, dass sie im Falle ihrer Wahl, dem neuen Vorstand weiterhin als Beiräte mit Rat und Tat zur Seite stehen werden.

So schritt denn Dr. Dohnau zur Wahl des 19-köpfigen Beirates. In der anschließenden Beirats-sitzung fand die Vorstandswahl statt. So darf sich Ihnen heute der neuer Vorstand vorstellen:

Jürgen Fitting (Präsident)
Franz Gödde (Öffentlichkeitsarbeit)
Norbert Hauptvogel (Finanzen)
Heinz Mehlmann (Geschäftsführung)
Ines Scheitza (Programm)

Ich danke – auch im Namen des Vorstands – den Mitgliedern und dem Beirat für das Vertrauen, das Sie mit dieser Wahl in uns setzen.

Auch die Geschäftsstelle wird in Zukunft unter neuer Leitung stehen. Ansprechpartner ist hier:

Lydia Dziemba
c/o Innovation Consulting AG
Bahnhofstraße 38
58095 Hagen

Einen Wechsel wird es ebenfalls bei der Betreuung des »Dialog« und der MC Hagen Website geben. Die Agentur P.AD. unter der Leitung von Andree Höfer hat sich bereit erklärt, zukünftig für die nötige »Clubkommunikation« zu sorgen.

Ich darf mich ganz besonders bei dem scheidenden Vorstand bedanken, der den Club mit viel Engagement und persönlichem Einsatz maß-

geblich zu dem geformt hat, was er heute darstellt: eine Institution in Hagen und den umliegenden Städten und Kreisen, mit steigenden Mitgliederzahlen, dem bereits elfmal verliehenen Hagener Marketing-Preis, anspruchsvollen Veranstaltungen, regem Clubleben und eben solchem Gedankenaustausch intern wie mit anderen Clubs, Vereinen usw. So freue ich mich, dass diese fünf Herren auch weiterhin aktiv im Beirat tätig sein werden.

Mein herzlicher Dank – in Ihrer aller Namen – gilt auch Frau Kümpel als Leiterin der Geschäftsstelle und der Firma Douglas Holding, die über viele Jahre in vorbildlicher und angenehmer Weise die organisatorischen Geschicke des Clubs gelenkt haben! Desgleichen danke ich dem gesamten CPC-Team für den unermüdlichen Einsatz und die geleistete Arbeit! Was wäre ein Marketing-Club ohne Kommunikation(-sorgane)?

Wir übernehmen einen wohl bestellten und bestens etablierten Club, den wir im positiven Geiste – »Miteinander Spaß haben, voneinander lernen« – und mit einem gesunden Mix aus Kontinuität und neuen Ansätzen weiterentwickeln möchten.

Das ist zweifellos eine beachtliche Herausforderung, der sich aber Vorstand und Beirat nicht allein stellen wollen. Wir bitten Sie, uns zukünftig – ruhig noch aktiver als bisher – bei unseren Bemühungen für ein interessantes und spannendes Clubleben, nicht alltägliche Clubabende und außergewöhnliche Events zu unterstützen. Wir freuen uns auf Ihre Anregungen, Kritik und rege Teilnahme an den Veranstaltungen und eine gute Zusammenarbeit. Herzlichen Dank.

Ihr Jürgen Fitting

