



Mit der Postkarte lassen sich „Kartei- bzw. Datei-Leichen“ besonders einfach re-aktivieren. Sie ist kostengünstig in der Beschaffung und beim Porto. Sie muss beim Kunden „die Hürde“ des Umschlag-öffnens gar nicht erst überwinden. Sie hat ein freundliches Erscheinungswesen und weckt damit Sympathien für den Absender. Besonders die Cartoon-Serien haben schon zu überraschenden Ergebnissen bei Mineralölhändlern geführt. Viele Kunden schwören mittlerweile auf diese Art der Werbung und wollen sie nicht mehr missen. Auf Wunsch erhalten Sie auch ganz individuelle Angebote - maßgeschneidert für Ihr Unternehmen.

## Kunden-Bindung und Rückgewinnung mit Postkarten

### Warum eine Postkarte?

Das klassische Medium in der Direktwerbung, der Brief mit Antwortkarte, ob mit oder ohne Prospekt/Beilage, bekommt ein immer größeres Problem: Die Rücklauf-Quoten sinken unaufhörlich. Das hat mehrere Ursachen. Hier nur die Wichtigsten:

Das Brief-Mailing ist sofort als Werbung erkennbar.

Mehr als 20 Prozent der schriftlichen Werbung per Post, im Geschäftsleben sogar über 30 Prozent, werden ungelesen weggeschmissen.

Ohne Rabatte, Zugaben, Gewinnspiele usw. läuft in der Regel gar nichts mehr.

Ein immer höherer Aufwand mit Sonderformaten, kostspieliger Druck-Veredelung oder aufwändigen Spiel-Animationen muss betrieben werden.

Die Konsumenten sind gesättigt, gelangweilt und zuweilen auch genervt von zu viel (Direkt-Werbung).

Und wie geht es Ihnen? Überlegen Sie doch einmal, an welches Mailing der vergangenen Woche Sie sich zurück-erinnern. Und welches davon hat Sie tatsächlich nachhaltig positiv angesprochen?

Bei der Suche nach einer Alternative überlegen Sie doch einfach einmal,

welche Art von Post Sie privat am liebsten bekommen und sofort noch auf dem Weg vom Briefkasten ins Haus zu lesen anfangen. Die Lösung ist ganz einfach: **Die POSTKARTE.**

Die Postkarte sagt dem Empfänger: Du brauchst mich nicht erst aufmachen. Du siehst sofort, wer Dir schreibt und das Beste dabei: Du brauchst nicht viel lesen.

Die Postkarte sorgt für gute Stimmung, denn wir erhalten sie fast immer bei positiven Ereignissen: Liebe Urlaubsgrüße, persönliche Glückwünsche oder die überraschende Einladung zu einem Event.

Die Postkarte kostet wenig. Das gilt besonders für das Drucken, Adressieren, Versenden und natürlich erst recht für das Porto.

Die Postkarte muss erst gar nicht die „Hürde“ des Umschlagöffnens überwinden. Sie kann somit nicht ungelesen weggeschmissen werden. Sie brauchen keinen Abfallkorb für das aufgerissene Kuvert und deshalb heben Sie die Postkarte meistens erst einmal auf.

erkennbaren eigenen Namens kann sich kaum ein Empfänger entziehen.



### Welche Ziele verfolge ich mit meiner Postkarten-Aktion?

Diese ganz wichtige Frage sollte sich jeder Werber rechtzeitig vor Beginn seiner Aktion stellen:

Wenn man regelmäßig seine Kunden, die wieder mit einer Bestellung „dran wären“, mit einer Postkarte erinnern will, sollte man sich unbedingt die Mühe machen, die Karte handschriftlich zu bearbeiten. Das heißt, dass der Kundennamen und die Adresse handschriftlich eingetragen werden und die Postkarte nicht über den Freistempler frankiert wird, sondern mit einer (Sonder-) Briefmarke.

Besonders geeignet ist diese Art der Kundenansprache auch dann, wenn einige Tage nach dem Versand der Postkarte der Kunde noch einmal mit einem Telefonanruf an die „überfällige“ Bestellung erinnert wird.

Anders sieht es natürlich aus, wenn eine große Anzahl von Kunden angeschrieben werden soll. Hier kann, wenn die betriebseigenen Ressourcen nicht ausreichen, ein „Lettershop“ weiterhelfen, der die Kundendaten

Die Postkarte ist besonders für die Geschäftspost interessant, weil sie hier nur relativ selten vorkommt und daher eine enorme aufmerksamkeitsstarke Wirkung entfaltet.

Die Postkarte macht die individuelle Personalisierung sofort sichtbar. Der Magie des direkt



digital eindruckt. Voraussetzung dafür ist allerdings immer eine gepflegte und gut angelegte Kunden-Adressen-Datei.

Natürlich eignet sich die Postkarte auch noch für viele andere Zwecke, wie zum Beispiel dem Geburtstags- oder Weihnachtsgruß, der natürlich immer mit einer kleinen Erinnerung an den Heizölbestand verknüpft sein darf. Besonders vor den wichtigen Festtagen haben Mineralölhändler schon ganz hervorragende Erfahrungen mit diesem Medium gesammelt.

Aber das ist noch längst nicht alles. Ob Sie Ihre Kunden zum Thema Tankreinigung anschreiben wollen oder aber die Postkarte einem Mailing als Response-Element beilegen. Die Möglichkeiten sind schier unerschöpflich.

Einige Ölhändler haben in ihren Tankwagen Karten im Postkarten-Format liegen, um die Kunden über bestimmte Sachverhalte zu informieren oder ihre Kunden zu befragen, ob sie mit der Kaufabwicklung zufrieden waren. Diese Karten sind dann gleich mit der Adresse des eigenen Unternehmens versehen und der Kunde soll sich zu den Themen *Freundlichkeit* und *Sachverstand* des eigenen Unternehmens äußern. Selbstverständlich, dass Sie bei diesen Antwort-Postkarten das Porto tragen müssen.

#### **Wie kann der Kunde auf eine Postkarte antworten?**

Bleibt nur noch eine Frage: Wie soll der Kunde bei einer Postkarte seinen Auftrag zurückschicken oder faxen? Auch dafür gibt es praktische Lösungen: Doppel-Postkarten, Klappkarten mit integrierter Rückantwortkarte oder Maxi-Postkarten mit „eingebautem“ Response-Element.

Lassen Sie sich über die Vielfalt der Möglichkeiten, mit einer Postkarte zu werben, überraschen. Rufen Sie uns an oder mailen Sie uns Ihre ganz persönliche Problemstellung. Gemeinsam werden wir bestimmt eine Lösung erreichen.



#### **Der Experte für Ihre Werbung im Mineralhandel.**

Wenn es um Ihr Mineralölgeschäft geht, gibt es nur wenige Agenturen, die Ihnen ein so fundiertes Fachwissen bieten wie ich.

Ich kenne den Mineralölmarkt seit Jahrzehnten und weiß, was arbeitet, was passiert, was „in“ ist, was läuft und was nicht.

Rufen Sie an: Ich freue mich darauf, Ihnen professionell zur Seite zu stehen. Vom Internetauftritt über Mailings, Presstexte, Salesfolder und Broschüren bis hin zu Ihrem Kunden-Newsletter und Firmenporträt biete ich Ihnen den perfekten Full-Service für Ihr Mineralölgeschäft.

Informieren Sie sich auch über unsere anderen Angebote für die Mineralölbranche:

- Anzeigen-Motive für jeden Einsatzzweck
- Postkarten für die Re-Aktivierung von Kunden
- Rechnungsbeilagen zu wichtigen Themen
- Gestaltung von Internet-Seiten
- Gestaltung von Geschäftspapieren
- Cartoon-Zeichnungen
- Marketingberatung
- Werbebriefe
- Gewinnspiele und noch viel mehr

Werbeagentur Rossow  
Meiendorfer Mühlenweg 108a  
22159 Hamburg  
Fon: 040 - 64 42 80 75  
Fax: 040 - 64 49 87 0  
Mobil: 0172 - 412 56 70  
e-Mail: [info@rossow-werbung.de](mailto:info@rossow-werbung.de)  
[www.rossow-werbung.de](http://www.rossow-werbung.de)