

Direct Business

Direct-Marketing – Infos aus erster Hand



Gedanken zur Positionierung

Wenn man sich wie die AWZ AG seit 113 Jahren mit Direktwerbung befasst, dann ist die Positionierung am Markt eigentlich schon gegeben. Trotzdem haben wir unsere Angebotspositionierung in den letzten Jahren immer wieder überprüft: Die «klassischen» Bereiche adressiertes und unadressiertes Direct-Marketing wurden mit einer Palette von passenden Dienstleistungen ergänzt. Bewusst und konsequent sind wir dabei den Weg vom Adressenhändler und Vertragsanbieter hin zum Full-Service-Dienstleister für Direktwerbung gegangen. Unser Ziel: Wir wollen vom Markt als Generalunternehmer erkannt und wahrgenommen werden.

Mit dem neuen Internet-Auftritt können wir Ihnen unsere strategischen Geschäftseinheiten optimal präsentieren. Gleichzeitig gibt uns dieses Medium Gelegenheit, Ihnen zusätzliche Informationen und News rund um die Direktwerbung zu vermitteln. – Schauen Sie auf einen Klick bei uns vorbei, Sie werden sehen: Es lohnt sich!

Marco Hinni, CEO AWZ AG



Seite 2 – Geschichte des Internets: Warum Genf eine entscheidende Rolle spielte.



Seite 3 – Kundenporträt: Kreative Floristik und mehr im Gartencenter Hoffmann.



Seite 4 – Cross-Selling: Wie Sie bestehende Kundenkontakte besser nutzen.

In eigener Sache:

Neuer Internet-Auftritt – Herzlich willkommen zum Dialog!

Optisch und inhaltlich wurde der Internet-Auftritt vollständig überarbeitet. Er ist konsequent nach den strategischen Geschäftseinheiten des Unternehmens aufgebaut und vermittelt eine Komplettübersicht aller AWZ-Dienstleistungen. Gleichzeitig ist www.awz.ch auch Ihr Informationsportal mit vielen nützlichen Tipps, Links und Hilfestellungen rund um die Direktwerbung.

In der Rubrik **News & Wissen** finden Sie unter anderem ein praktisches Glossar mit Fachbegriffen aus den Bereichen Marketing und Dialogkommunikation, eine Sammlung von praktischen DM-Links und nicht zuletzt auch Informationen zum beliebten und praxisbezogenen AWZ-Lehrmittel «Direct Easy».

Dialog leicht gemacht: Im neuen Internet-Auftritt finden Sie zahlreiche Möglichkeiten, mit Ihrer AWZ AG in Kontakt zu treten. Ein Beispiel ist das Kontaktfeld **Testen Sie uns**. Hier können Sie Ihre Fragen rund um die Direktwerbung

eintragen und bekommen garantiert innert 24 Stunden konkrete Ideen und Tipps zu der von Ihnen gestellten Herausforderung. Unter der Rubrik **Kontakt** sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der AWZ AG nach Standorten und Leistungsbereichen aufgeführt und können direkt per Mail angeschrieben werden. Die komfortable Volltextsuche erleichtert das Finden von Dokumenten.

Eine AWZ-interne Projektgruppe hat die Vorgaben für den neuen Auftritt entwickelt und die Umsetzung während rund sechs Monaten begleitet.

Klar positioniert, leistungsfähig und vielseitig.
Besuchen Sie uns jetzt unter www.awz.ch!



Alles aus einer Hand

Adressiertes Direct-Marketing



Adressen-Datenbanken

selektionieren | personalisieren | individualisieren

Wählen Sie Ihr Publikum aus 5,6 Mio. Privatadressen, 455'000 Geschäftsadressen, 400'000 E-Mail-Privatadressen und SMS-Mobilnummern.

Unadressiertes Direct-Marketing



Individueller Vertrags-Service

Prospekte | Muster | Periodika

2,3 Mio. Briefkästen ohne Stopp-Kleber erwarten Ihre Werbung. Dank Selektion erreicht Ihre Streuwurfsendung das richtige Publikum.

IT-Dienstleistungen



Datenbank-Lösungen

analysieren | aktualisieren | CRM

Wir bereinigen und ergänzen Ihre Kundenadressen. Kurz: Sie übergeben uns Ihr Adress-Management und freuen sich über den gesteigerten Response.

Mailing-Produktion



Lettershop und Fulfillment

drucken | konfektionieren | versenden

Wir drucken, adressieren, verpacken und versenden Ihre Werbemittel. Bei der Responsebearbeitung Ihrer Mailings unterstützen wir Sie von A-Z.



Zur Geschichte des Internets...

Das Internet ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Praktisch alle Branchen nutzen das neue Medium, sei es als Informations- und Kommunikationsplattform oder immer mehr auch als direkten Verkaufskanal. Kaum zu glauben, dass die weltweite Vernetzung via Internet erst Ende der Achtzigerjahre so richtig in Fahrt gekommen ist. Spannend ist auch, dass entscheidende Impulse dazu aus Genf kamen...

Die Ursprünge des Internets liegen im Kalten Krieg. Den Anstoss bildete ein Projekt des US-Verteidigungsministeriums, das ARPANET (Advanced Research Projects Agency). Ab 1969 als dezentrales Netz für wenige Anwender aufgebaut, schlossen sich in den folgenden Jahren immer mehr Universitäten und Forschungsinstitute an. Gleichzeitig entstanden in Europa und Japan ähnliche lokale Netzwerke, die auf verschiedenen Standards basierten. Das Übertragungsprotokoll (TCP/IP – Transmission Control Protocol/Internet Protocol) trug entscheidend zur internationalen Standardisierung bei. Nach wie vor waren die Netzwerke aber primär für den wissenschaftlichen Informationsaustausch gedacht.

Das uns heute bekannte World Wide Web (www) geht auf eine Entwicklung des Europäischen Kernforschungszentrums CERN in Genf zurück. 1989 wurde dort eine Technik kreiert, die es ermöglicht, die vielen Dokumente des CERN miteinander zu verlinken. Es entstanden unter anderem http, das Übertragungsprotokoll im World Wide Web und die Seitenbeschreibungssprache html, die eine Verlinkung vorhandener Informationen und eine benutzerfreundliche Oberfläche ermöglicht. In der Folge wurden auch die ersten öffentlichen Browser entwickelt; der entscheidende Schritt zur breiten Öffnung des Internets.

Die Kommerzialisierung fand in den 90er-Jahren mit einer riesigen weltweiten Euphorie statt. 1991 waren mehr als 100 Länder an das Internet angeschlossen, 1993 waren es bereits 1,3 Mio. Rechner. Der Kampf um Domain-Names entbrannte und die «Goldgräber-Stimmung» liess Internet-Firmen wie Krokusse an der Frühlingssonne aus der Erde spriessen. Diese Entwicklung erlitt ab Ende des 20. Jahrhunderts einen herben Dämpfer. Nachträglich als «Dotcom-Blase» bezeichnet, war es im Rückblick nichts anderes, als eine masslose Überbewertung der Aktienkurse dieser neuen Internet-Firmen.

Die Sache hat sich längst wieder beruhigt. Heute ist das Internet als Informations-, Kommunikations- und Verkaufsplattform überall etabliert und akzeptiert. Die Probleme liegen aktuell vor allem im Bereich der unkontrollierten Spam-Werbung. Hier sind alle Beteiligten auf internationaler Ebene gefordert.

Die AWZ AG hält sich in diesem Zusammenhang strikte an die bei uns geltenden gesetzlichen Vorgaben in Sachen Permission-Marketing, d.h. für alle E-Mail-Aktivitäten muss das ausdrückliche Einverständnis der Empfänger vorliegen.

Rückblick: Das Mailing mit dem Sonnenhut...

In der letzten Ausgabe haben wir das originelle Mailing der Griesser AG vorgestellt, konzipiert durch die Agentur am Flughafen, Altenrhein. Hier ein erstes Statement von Thomas Plüss, Griesser AG.

Wie war die Responsequote?

170 Interessenten haben bis Mitte November die Antwortkarte retourniert, wovon 35 ein Beratungsgespräch wünschten und 135 die Unterlagen bestellten. Diese gewonnenen Leads wurden von unserem Inhouse ContactCenter professionell weiter bearbeitet.

Erfolgsaussagen?

Das Mailing wurde bewusst zum Sommerende hin verschickt. Alles in allem ging es darum, bei der Zielgruppe Präsenz zu markieren und sie auf das neue Sonnenschutzsystem aus dem Hause Griesser aufmerksam zu machen. Dies wurde sicher auch erreicht. Gespannt bin ich noch, wie viele Interessenten das Mailing aufbewahren und im Frühling auf die neue Sitzplatzsaison hin retournieren.

Wie war die Adressenqualität?

Die Adressenqualität war gut, es konnte lediglich ein kleiner Teil nicht zugestellt werden (0,4%). Auch die Produktion des Mailings ging einwandfrei über die Bühne.

Hat das spezielle Format erhöhten Response generiert?

Aus dem vorhandenen Budget wurde das Bestmögliche herausgeholt. Trotz der bewussten Beschränkung auf ein 2-D-Mailing konnte durch die spezielle Formgebung sicher eine verbesserte Aufmerksamkeitsquote erreicht werden.



Kundenporträt

Gartencenter Hoffmann

Mehr als 100 Jahre Tradition. Das Gartencenter Hoffmann in Unterengstringen bietet Ihnen eine geschmackvolle und kreative Floristik für die unterschiedlichsten Events, Geschenke oder ganz einfach für Sie selbst. Die Qualitätsansprüche erstrecken sich auch über den Bereich Kunst und Gestaltung. Das ermöglicht dem Fachgeschäft, höchsten Ansprüchen gerecht zu werden.



Mit dem Flair zum Nichtalltäglichen

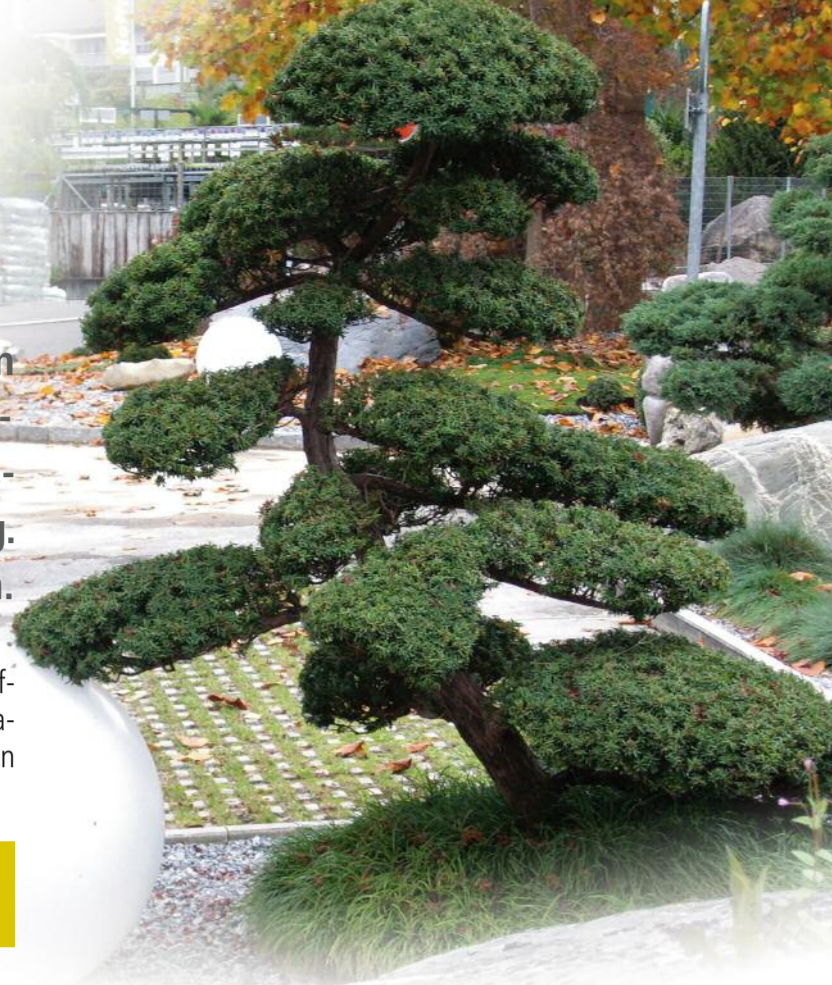
Das traditionsreiche Gartencenter besteht bereits seit 1904. Ursprünglich als Baumschule mit Obstkultur gegründet, stellte die Begeisterung für das nicht ganz Alltägliche schon früh die Weichen zum heutigen Betrieb. Hier findet man eine exklusive Auswahl an Garten- und Zimmerpflanzen wie Bonsai, Koniferen, Laub- und Formgehölze. Rare Sukkulenten aus Madagaskar oder Afrika verblüffen die Besucherinnen und Besucher.

Das Gartencenter bietet ein saisonales Sortiment, immer in Top-Qualität. Der Schaugarten wird jedes Jahr mit neuen Ideen und Materialien umgestaltet.

Das rund 40köpfige Team der Firma Gartencenter Hoffmann AG sorgt mit seinem grossen Fachwissen in der Planung und Gestaltung dafür, dass die Visionen ihrer Kunden umgesetzt werden.

Hoffmann

Gartencenter Blumenhaus Gartenbau
Untere Bergstrasse 11
8103 Unterengstringen
Tel. 044 752 31 31



Leistungen AWZ AG

Mit gezielten Mailings und unadressierten Vertragungen «made by AWZ» informiert das Gartencenter Hoffmann die bestehende und potenzielle Kundschaft punktgenau, kosteneffizient und termingerecht.

Typisch AWZ AG:

Direct-Marketing nach Mass:

Aussergewöhnliche Adress-Selektionen sind eine Spezialität der AWZ AG. Ein Beispiel gefällig? Sie haben eine Innovation für Grossküchen entwickelt und möchten den Küchenchef in Gastro-Betrieben (deutsche Schweiz), die mehr als 100 Essen pro Tag ausgeben, persönlich anschreiben...

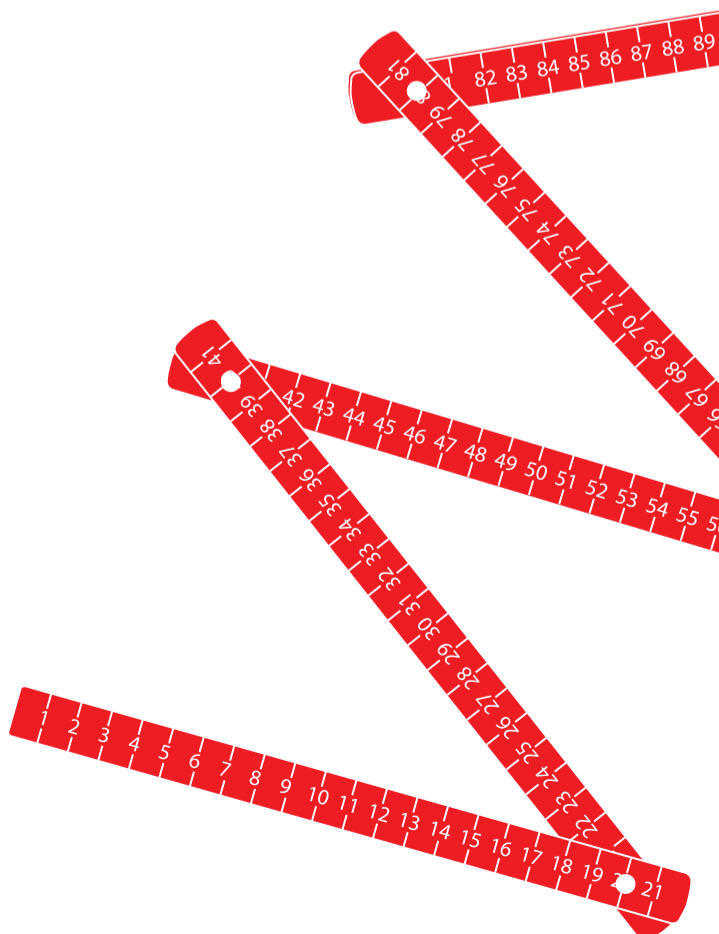
Kein Problem. Ihre AWZ AG kennt auch diese Zielgruppe und liefert Ihnen die Adressen postwendend in der von Ihnen gewünschten Form (z.B. als Excel-Tabelle).

Wenn Sie weder Zeit noch Lust haben, das Mailing selber zu realisieren, dann profitieren Sie doch einfach vom praktischen AWZ-Full-Service: Auf Wunsch kreieren wir einen wirkungsvollen Kundenbrief für Sie, printen den Brief personalisiert aus, verpacken Brief und Beilagen und erledigen gleichzeitig noch die Postaufgabe.

Hier die attraktive Kalkulation für die einmalige Nutzung der Adressen:

Total 1741 Adressen deutsche Schweiz

Datenbankpauschale	CHF	160.00
Adressen mit Personalisierung Küchenchef, CHF 620.00 per Tausend	CHF	1079.40
Lieferung als Excel-Tabelle	CHF	50.00
Total Kosten	CHF	1289.40



Ich wünsche...



- Ein Beratungsgespräch
- Katalog Geschäftsadressen
- Katalog Privatadressen
- Vertrags-CD-ROM
- Broschüre Direct Easy
- Broschüre Direct Easy Mini
- AWZ-Imagebroschüre
- Datenblatt E-Mail-Adressen

Vorname/Name

Firma/Organisation

Adresse

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail



Cross-Selling – Mehr Umsatz pro Kunde oder wie Sie bestehende Kundenkontakte besser nutzen

Querverkäufe, wie der Trendbegriff deutsch umschrieben wird, haben eine lange Tradition. In einfacher Form kennen wir sie zum Beispiel von den Tankstellen-Shops, wo rund um das Tanken die verschiedensten Einkaufserlebnisse aufgebaut werden. Oder aus dem Bankenbusiness, wenn sich der Vorsorgeberater der Bank gleichzeitig als Verkäufer von Lebensversicherungen entpuppt...

Die Erfahrung zeigt, dass in verschiedenen Branchen rund 80% der Neubestellungen von Stammkunden getätigt werden. Cross-Selling versucht hier, dieses wertvolle Potenzial noch besser zu nutzen und bei bestehenden Kunden Zusatzverkäufe zu provozieren. Für professionelles Cross-Selling reicht heute allerdings ein einfaches Aus-

sendienst-Briefing nicht mehr aus. Es braucht ein Konzept, mit welchem die zusätzliche Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen bei den bestehenden Kundengruppen geplant wird.

Oft handelt es sich beim Cross-Selling um den Verkauf von zusätzlichen Produkten aus dem eigenen Haus. Erfolgreiches Cross-Selling kann aber auch in der Zusammenarbeit mit anderen Firmen entstehen, so spannt z. B. das Modeversandhaus erfolgreich mit dem Reisebüro zusammen.

Direct-Marketing ist ein ideales «Transportmittel» für erfolgreiche Cross-Selling-Aktivitäten. Bei der AWZ AG steht Ihnen das Know-how (und die Kombinationsmöglichkeiten!) aus dem adressierten und unadressierten Direct-Marketing zur Verfügung. – Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wenn Sie Cross-Selling in der Verkaufsförderung einsetzen möchten. Wir begleiten Sie kompetent und mit Erfahrung.

Impressum

Herausgeberin: AWZ AG Bern
 Verantwortlich für diese Ausgabe: René Schaad
 Realisation: www.guldumann.ch
 Geht mehrmals jährlich an die Kundschaft der AWZ-Gruppe



AWZ AG Bern
 Sulgenrain 24
 3000 Bern 23
 Telefon 031 560 60 60
 Telefax 031 560 60 70
 info@awz.ch
 www.awz.ch

AWZ AG Zürich
 Binzstrasse 39
 8045 Zürich
 Telefon 044 456 58 58
 Telefax 044 456 58 60
 info@awz-zh.ch
 www.awz.ch

Gut zu wissen...

Studien Publitest

Zur Langzeitstudie «Zustellqualität und Werbewirkung unadressierter Direktwerbung» liegen die Resultate der aktuellen Messreihe 2007/2008 vor.



Gleichzeitig hat Publitest eine Grundlagenstudie «Nutzungsgewohnheiten der Empfänger von unadressierter Direktwerbung» abgeschlossen. Die Resultate beider Studien sind jetzt in einer kompakten Broschüre zusammengefasst bei uns erhältlich (info@awz.ch).

Neue E-Mail

Im Zuge des neuen Internet-Auftritts wurden auch sämtliche E-Mail-Adressen innerhalb der AWZ AG vereinheitlicht. Neu erreichen Sie Ihre AWZ-Kontaktperson mit dem ersten Buchstaben des Vornamens und dem vollständigen Nachnamen.

Beispiel: r.schaad@awz.ch

Die alten E-Mail-Adressen bleiben noch für einige Zeit aufgeschaltet.

Merci

Wir bedanken uns bei Kundschaft, Geschäftspartnern und Lieferanten herzlich für die Zusammenarbeit im zu Ende gehenden Jahr. Ihnen und Ihren Angehörigen wünschen wir angenehme Festtage und einen guten Start ins 2009!

Ihr AWZ-Team



Ihr Vorsprung durch gute Direktwerbung.



KURZ GESAGT

«Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.»

Charles Lazarus, amerik. Unternehmer, Gründer von TOYS «R» US