

Direct Business

Direct-Marketing – Infos aus erster Hand



Newsletter-Tool im Trend ...

Das Internet lebt von Aktualität. Ganz in diesem Sinne erweitern und ergänzen wir die DM-Plattform www.awz.ch laufend. Jüngstes Beispiel ist das praktische Newsletter-Tool, welches wir Ihnen in dieser DirectBusiness vorstellen. Machen Sie den Test und überzeugen Sie sich, wie einfach Sie damit zu Ihrem eigenen E-Mail-Newsletter kommen.

Trendforscher haben Hochkonjunktur. Nur zu gerne wüssten wir alle, wie sich unsere Kundinnen und Kunden in Zukunft verhalten werden und wie wir sie erfolgreich ansprechen können. In dieser Ausgabe blicken wir ein wenig in die Zukunft und greifen Entwicklungen heraus, welche für das Marketing der kommenden Jahre von Bedeutung sein können.

Apropos Marketing: In unserem Bücher-Shop (unter www.awz.ch, Rubrik «Services») finden Sie eine Auswahl von empfohlener Fachliteratur. Die bestellten Bücher werden Ihnen direkt durch amazon.de ausgeliefert.

Ich wünsche Ihnen viel Spass mit der aktuellen DirectBusiness.

René Schaad
stv. Leiter Verkauf



Seite 2 – Das AWZ-Newsletter-Tool – So einfach funktioniert es.



Seite 3 – Porträt: SOLIDAY – die Antwort auf die «moderne Armut» in der Schweiz.



Seite 4 – Megatrends – Entwicklungen, die das Marketing prägen.

Das neue Newsletter-Tool der AWZ AG

Wie Sie im Handumdrehen Ihren persönlichen Newsletter verschicken

Jetzt können Sie die E-Mail-Datenbank der AWZ AG mit über 450'000 Consumeradressen noch effizienter nutzen. Nach dem Motto «einfach, preiswert und wirkungsvoll» bieten wir Ihnen ab sofort ein praktisches Newsletter-Tool an. Im ersten Schritt wählen Sie per Mausklick Ihre Zielgruppen aus. Im zweiten Schritt erstellen Sie aus verschiedenen Stilvorlagen Ihren ganz persönlichen Newsletter und geben uns den Versandauftrag. Tönt einfach – und ist es auch!

Der E-Mail-Newsletter hat sich in wenigen Jahren zu einem Standardinstrument im Kommunikationskonzept vieler Firmen entwickelt. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der elektronische Newsletter ist kostengünstig, blitzschnell und lässt sich ideal mit dem Internet-Auftritt Ihres Unternehmens verlinken.

Das Newsletter-Tool der AWZ AG nimmt Ihnen alle diese Fragen ab und führt Sie Schritt für Schritt zum fixfertigen Newsletter. Am Schluss brauchen Sie nur noch den Versandtermin anzugeben und fertig ist Ihre neue Kommunikationsmassnahme.

Full-Service für Ihren nächsten E-Mail-Newsletter

Wie kann ich interessante Zielgruppen selektionieren? Wie soll der Newsletter gestaltet sein? Wie werden grafische Elemente und Bilder integriert? Und wer macht den Versand?



Datenschutz – Sicherheit für Sie

Sämtliche von der AWZ AG zur Verfügung gestellten Consumer-E-Mail-Adressen sind selbstverständlich nach den Grundsätzen des «Erlaubnis-Marketings» freigegeben. Die AWZ AG stützt sich dabei auf das bewährte und empfohlene «Double-Opt-In-Verfahren», d.h. die EmpfängerInnen haben in zwei Schritten ausdrücklich die Erlaubnis für Werbe-E-Mails gegeben.



So einfach funktioniert es. →

Alles aus einer Hand

Adressiertes Direct-Marketing



Adressen-Datenbanken

selektionieren | personalisieren | individualisieren

Wählen Sie Ihr Publikum aus 5,6 Mio. Privatadressen, 455'000 Geschäftsadressen, 450'000 E-Mail-Privatadressen und SMS-Mobilnummern aus.

Unadressiertes Direct-Marketing



Individueller Vertrags-Service

Prospekte | Muster | Periodika

2,3 Mio. Briefkästen ohne Stopp-Kleber erwarten Ihre Werbung. Dank Selektionsmöglichkeiten 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



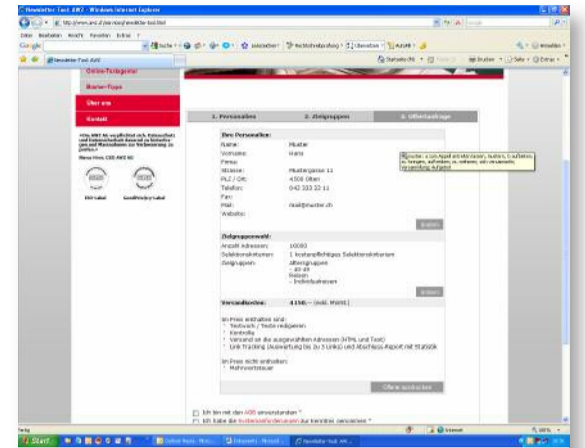
Lettershop und Fulfillment

drucken | konfektionieren | versenden

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

Fortsetzung Newsletter-Tool – So einfach funktioniert es.

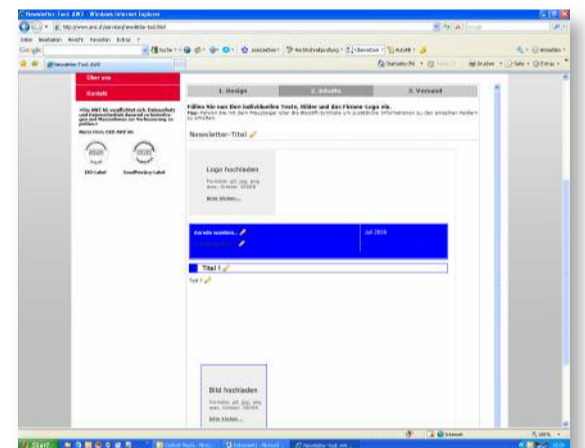
Schritt 1: Registrierung – Zielgruppenbestimmung – Adressenbestellung



Nachdem Sie sich registriert haben, kommen Sie zur Zielgruppen-Auswahl, wo Sie sich Ihre persönlichen Zielgruppen aus mehr als 450'000 Consumer-E-Mail-Adressen per Mausclick zusammenstellen können (max. 3 Selektionskriterien). Gleichzeitig begrenzen Sie die gewünschte Anzahl E-Mail-Adressen. Die Mindestmenge liegt bei 10'000 Adressen.

Nach der Zielgruppen-Auswahl sehen Sie auf einen Blick die Kostenfolge für den Versand Ihres individuellen Newsletters (Richtpreis). Nach der Adressbestellung erhalten Sie innert 48 Stunden die Auftragsbestätigung und die Login-Daten für das Newsletter-Tool.

Schritt 2: Kreation Ihres individuellen Newsletters und Versandauftrag



Mit diesen Zugangsdaten gelangen Sie zu den Gestaltungsvorlagen für Ihren Newsletter. Sie können aus drei Designs auswählen und verschiedene Individualisierungen (Farben, Schriften) per Mausclick vornehmen.

Der Newsletter durchläuft am Schluss eine «technische Endkontrolle» bei der Complot AG (unsere Partnerin für das Online-Tool). Am gewünschten Datum wird der Newsletter von der AWZ AG verschickt und Sie erhalten eine Versandbestätigung.

Anschliessend tippen Sie die gewünschten Texte ein, laden Bilder hoch und kontrollieren die Endgestaltung. Sie können jederzeit Korrekturen vornehmen und den Newsletter verändern. Wenn er Ihren Vorstellungen entspricht, legen Sie das Versanddatum fest und geben den Newsletter frei.

Wenn Sie Fragen zu diesem neuen Werkzeug für moderne, zielgerichtete und wirkungsvolle Kommunikation haben, setzen Sie sich doch mit uns in Verbindung, Tel. +41 (0)31 560 60 60 (Sandra Balsiger oder René Schaad), info@awz.ch.

Neu und praktisch:

Fachliteratur aus dem Internet-Shop

Zum Thema Marketing bietet Ihnen die AWZ AG ausgewählte, von unseren Fachleuten empfohlene Literatur an. Klicken Sie unter www.awz.ch, Rubrik «Services», einfach auf «Bücher-Tipps» und wählen Sie die gewünschte Literatur aus. Das Angebot wird laufend ergänzt. Die Auslieferung erfolgt über amazon.de.

SOLIDAY – die Antwort auf die «moderne Armut» in der Schweiz



In der Erkenntnis, dass die gesellschaftliche Entwicklung nicht immer mit der wirtschaftlichen Entwicklung Schritt zu halten vermag, dass grosse Anstrengungen notwendig sind, um Kinder auf ein sinnvolles Mitwirken in der Gesellschaft und in der Wirtschaft vorzubereiten, dass die Wirtschaft und die Gesellschaft für ihr Gedeihen gleichermassen auf aktive und mündige Bürger angewiesen sind und dass der Gedanke der Solidarität für die positive Entwicklung einer Gesellschaft von zentraler Bedeutung ist, wurde der SOLIDAY ins Leben gerufen. Zentrales Anliegen des SOLIDAY ist es, dass wir uns im Alltag den Schwächsten in unserer Gesellschaft gegenüber solidarisch verhalten, Solidarität üben und Gutes tun. Der alljährlich am Samstag vor dem 1. Advent stattfindende symbolische SOLIDAY soll uns stets daran erinnern.

SOLIDAY – eine Idee hat Erfolg

Dem Start des 1. SOLIDAY der Schweiz am 29. November 2008, als Pilotprojekt im Aargau, war Erfolg beschieden. In Kooperation mit dem Aargauischen Regierungsrat, der Aargauer Kantonalbank, der Neuen Aargauer Bank und der UBS als Lancierungspartner, sowie der AZ-Medien AG als Medienpartner, konnte die Bewegung SOLIDAY mit

Durchschlagskraft propagiert werden. Über 250 Unternehmen, ebenso viele Schulklassen und rund 100 Gemeinden folgten dem Aufruf, sich für den SOLIDAY und damit für die Schwächsten in unserer Gesellschaft, den von der modernen Armut am meisten betroffenen, aus ökonomisch und sozial schwierigen Verhältnissen stammenden Kindern, einzusetzen. Engagiert haben sich auch viele Private, kirchliche Kreise, kantonale Amtsstellen, die Kantonspolizei, Service-Clubs, Familien-, Landfrauen-, Sport- und kulturell tätige Vereine, gemeinnützige Organisationen, Kindergärten, Kindertagesstätten (KITA's) und Spielgruppen. Angefangen bei Unternehmen, die innerhalb ihrer Betriebe Arbeitszeitpenden organisierten, über Apotheken, Drogerien, Blumenläden, Metzgereien und Bäckereien, die Produkte unter dem SOLIDAY-Label verkauften, bis hin zu den SOLIDAY-Pin-Verkäufen durch Schulkinder, Silvesterläufen, Tagen der offenen Tür in KITA's und Spielgruppen, Gottesdienst-Kollekten-Spenden, Verzicht auf Geschenke bei Familienfesten, der Übernahme von Patenschaften für betroffene Kinder und vielem mehr, summierte sich das Ergebnis dieser Aktivitäten in den ersten 6 Monaten seit dem Start auf über 440'000 Franken und die Aktivitäten dauern an, ganz der Idee entsprechend, dass der Gedanke des SOLIDAY uns jeden Tag begleiten soll.

SOLIDAY – Chancenverbesserung für viele Kinder
Dieser erfreuliche Geldzufluss erlaubt es nun dem Stiftungsrat der Soliday Stiftung Aargau, in einem ersten Schub für bis zu 200 Kinder aus ökonomisch und sozial schwierigen Verhältnissen durch entsprechende Kostengutsprachen an Spielgruppen und KITA's Spielgruppen- und KITA-Plätze zu subventionieren; Plätze, die ohne die SOLIDAY-Unterstützung diesen Kindern nicht zugänglich wären. Dank SOLIDAY erhalten diese Kinder nun eine bessere Chance, sich auf ihren schulischen Werdegang so vorzubereiten, dass sie nicht scheitern, eine Zukunftsperspektive haben und nicht ins soziale Netz fallen.

SOLIDAY – eine Bewegung für die ganze Schweiz
Gemeinsam Gutes tun steckt an. Der Erfolg des SOLIDAY-Pilotprojekts Aargau stimmt zuversichtlich, dass sich das bewusste Einstehen für die Schwächsten in unserem Land mit dem SOLIDAY sukzessive in der ganzen Schweiz etablieren wird. Im Aargau startet man am Samstag, 28. November 2009 schon ins 2. SOLIDAY-Jahr.



Soliday Stiftung Aargau
Bernstrasse West 64
5034 Suhr
Tel. 062 842 58 40
soliday@soliday-aargau.ch
www.soliday-aargau.ch

Die Soliday Stiftung Aargau bezieht von der AWZ AG Geschäftsadressen für ihre Kommunikationsaktivitäten.



Ich
wünsche ...

Kalkulationsbeispiel Geschäftsadressen

Ihre Botschaft auf dem Pult des Personalleiters ...

In grösseren Firmen ist der Personalleiter sehr oft Mitglied der Geschäftsleitung und hat bei vielen strategischen Entscheiden ein gewichtiges Wort mitzureden. In diesem Beispiel werden Firmen ab 50 Mitarbeitenden aus der deutschen Schweiz mit dem Namen des Personalleiters selektioniert.

Total deutsche Schweiz 3'574 Adressen

Datenbankpauschale	CHF	160.00
Personalisierte Adressen CHF 600.00 per Tausend	CHF	2'144.40
Kriterium Mitarbeiter CHF 150.00 per Tausend	CHF	536.10
Lieferung als Excel-Tabelle	CHF	50.00

Total Adresskosten CHF 2'890.50
einmalige Nutzung, exkl. MwSt

- Ein Beratungsgespräch
- Katalog Geschäftsadressen
- Katalog Privatadressen
- Vertrags-Katalog XLS PDF
- Broschüre «Direct Easy» (Neuauflage 2009)
- AWZ-Imagebroschüre
- Datenblatt E-Mail-Adressen

Vorname/Name

Firma/Organisation

Adresse

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail





Megatrends – Entwicklungen, die das Marketing prägen.



Als Megatrends werden tiefgreifende gesellschaftliche Entwicklungen und Veränderungen mit langfristigem Charakter bezeichnet, die für eine Mehrheit der Bevölkerung Gültigkeit haben. Aus der Fülle von Trends, Szenarien und Vorhersagen haben wir vier Entwicklungen herausgegriffen, die sich definitiv als Megatrends etabliert haben oder auf dem besten Weg dazu sind ...

Konsumenten als multiple Persönlichkeiten ...

In den guten alten Zeiten, die noch gar nicht so lange her sind, war ein Opel-Fahrer ein Opel-Fahrer. Die IKEA-Kundin konnte klar umrissen werden und wer sich im Reformhaus eindeckte, war definitiv ein Körnlipicker. Zum Leidwesen der Segmentierungsfans hat sich in den letzten Jahren einiges verändert und verwischt. Da fährt der Manager mit dem Öko-Kleinwagen vor, die gut betuchte Ehefrau kauft das Olivenöl bei Aldi und der Bauarbeiter leistet sich den exklusiven Ferientrip in Marokkos Wüste. Klassisches Zielgruppenmarketing wird immer schwieriger und in der Folge entstehen neue Betrachtungsweisen wie z.B. das Verfassungsmarketing.



Globalisierung ...

Im traditionell exportorientierten Schweizer Umfeld ist die Globalisierung für die einheimische Industrie schon lange Realität. Neu ist aber, dass die Globalisierung – vor allem durch das Internet – auch für weite Teile der Bevölkerung zur Selbstverständlichkeit geworden ist. Fast alles ist fast überall erhältlich. Die Globalisierung im Alltag wird weiter zunehmen und Bereiche wie Gastronomie, Tourismus und Kultur nachhaltig prägen. Wie weit sich diese Entwicklung auch soziopolitisch auswirken wird, bleibt abzuwarten.



Ressourcen-Sensibilität ...

Für den richtigen Megatrend fehlt hier noch die Kontinuität und breite Abstützung. Trotzdem entwickelt sich in den prosperierenden Industrienationen auf leisen Sohlen ein Trend nach «Sorge zur Umwelt». Hier hat die Autoindustrie die Zeichen der Zeit (endlich?) erkannt und schlägt voll in die «grüne Kerbe». Auch die Bauwirtschaft befasst sich – unterstützt durch diverse Förderprogramme – intensiv mit der Thematik Minergie/Energiesparen und das FSC-Label erlebt in zahlreichen Anwendungsgebieten einen eigentlichen Boom. Ressourcen-Sensibilität ist definitiv ein Trend und Vieles deutet darauf hin, dass sich daraus ein Megatrend entwickeln könnte.



Down-Aging ...

Die Lebenserwartung steigt. Wir werden älter und älter und möchten trotzdem nicht altern. Das «Senioren-Segment» hat sich zu einem sehr eigenständigen Markt entwickelt, der aufgrund der Ansprüche (fit und dynamisch bis ins hohe Alter) und der demografischen Entwicklung immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die zielgruppengerechte Ansprache gerät dabei zum Hochseilakt; wer will schon als Senior, als Rentnerin oder als Betagter angesprochen werden? Hier warten noch einige Herausforderungen auf die Marketingabteilungen.

Impressum

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

A
Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

Geschäftsantwortsendung
Envio commerciale-risposta
Envoi commercial-réponse

AWZ AG Bern
Sulgenrain 24 / Postfach
3000 Bern 23

Ihr Vorsprung
durch gute Direktwerbung.



Die Direktwerber

AWZ AG Bern
Sulgenrain 24
3000 Bern 23
Tel. +41 (0)31 560 60 60
Fax +41 (0)31 560 60 70
info@awz.ch
www.awz.ch

AWZ AG Zürich
Binzstrasse 39
8045 Zürich
Tel. +41 (0)44 456 58 58
Fax +41 (0)44 456 58 60
info@awz.ch
www.awz.ch

KURZ GESAGT

«Wenn Sie nicht über die Zukunft nachdenken, können Sie keine haben.»

John Galsworthy
Englischer Schriftsteller und Nobelpreisträger