

# Direct Business

Direct-Marketing – Infos aus erster Hand



## Erfolgsrezept Direct-Marketing

Praxisbewährt, schnell umsetzbar, minimaler Streuverlust und kostengünstig. Diese zentralen Merkmale gelten sowohl für die adressierte als auch für die unadressierte Direktwerbung. In wirtschaftlich angespannten Zeiten spielt Direct-Marketing denn auch in vielen Branchen eine besondere Rolle, gilt es doch, flexibel, rasch und sehr individuell auf veränderte Marktsituationen zu reagieren.

2009 durften wir zahlreiche Unternehmen begleiten und unser Know-how aus allen Bereichen des Direct-Marketings zur Verfügung stellen. Gemeinsam mit unseren Auftraggeberinnen und Auftraggebern konnten wir uns an erfolgreichen DM-Kampagnen erfreuen.

Unsere Zielsetzung für das kommende Jahr ist klar: Zusammen mit Ihnen wollen wir alle Stärken der Direktwerbung voll ausspielen. Fordern Sie uns auch im 2010 heraus!

Marco Hinni, CEO AWZ AG



Seite 2 – Die aktuelle Publitest-Studie «Zustellqualität und Werbewirkung» liegt vor.



Seite 3 – Porträt: Cosmos Verlag – die Spezialisten für praxisorientierte Fachpublikationen.



Seite 4 – Integriertes Marketing – neue Unternehmensphilosophie.

### Online-Kalkulation per Mausclick:

## Das neue AWZ Offerten-Tool für unadressiertes Direct-Marketing

Ob regionale KMU-Firma oder national tätiges Grossunternehmen: Wenn es darum geht, den Werbefranken effizient und zielgerichtet einzusetzen, steht die unadressierte Direktwerbung an erster Stelle im Massnahmenkatalog. Mit dem neuen Online Offerten-Tool der AWZ AG können Sie Ihre nächste unadressierte Direktwerbung in Sekundenschnelle per Mausclick kalkulieren.

Das Handling ist einfach: Sie definieren Vertragsregion, Sprachen und Gewicht der Sendung und entscheiden sich, ob die Postfächer ebenfalls bedient werden sollen. Anschliessend lassen sich Auflage und Gesamtkosten per Mausclick berechnen. Sie können die Kalkulation jederzeit verfeinern, indem Sie Orte hinzufügen oder löschen. In der Online-Kalkulation haben Sie die Möglichkeit, Optionen (z.B. spezielle Masse, Falzungen) zu wählen.

Die Selektion der Vertragsregion ist eigentliche Basis für die Berechnung der Auflage. Die Möglichkeiten im Detail:

- Selektion nach Ort/PLZ
- Selektion nach Sprachen
- Selektion nach Amtsbezirk oder Kanton
- Selektion mit Hinzufügen/Löschen einzelner Orte

Sind alle notwendigen Angaben gemacht, erstellt das Tool für Sie eine Grobkalkulation mit der Anzahl Haushalte/Postfächer und den Vertragskosten. Dieser Service steht Ihnen rund um die Uhr zur Verfügung. Zusätzlich geben Ihnen wie bis anhin unsere Beraterinnen und Berater während der üblichen Geschäftszeiten gerne kompetent Auskunft. **Testen Sie jetzt das neue Offerten-Tool für unadressiertes Direct-Marketing unter [www.awz.ch](http://www.awz.ch).**

### Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Rund um die Uhr verfügbar
- Sehr einfach und komfortabel zu bedienen
- Saubere und klar gegliederte Berechnung
- Für Grobkalkulation in der Konzeptphase geeignet
- Praktische Bookmark-Funktion
- Online-Kontaktmöglichkeit

Offertentool Vertrag: AWZ

http://www.awz.ch/offertentool-vertragung.html

AWZ Die Direktwerber

Français Italiano

Home | Sitemap | Impressum

Suche+

**Offertentool Vertrag**

Ihre Planungshilfe für regionale und nationale Streuungen

Wie viele Exemplare brauche ich für meine Werbeaktion? Wie hoch ist der Richtpreis? Mit dem Planungstool machen Sie sich mit wenigen Klicks ein Bild über Auflagen und Kosten Ihrer Sendung. Die Berechnung basiert auf rund 2,3 Millionen Schweizer Briefkästen ohne Stopp-Kleber.

Wenn Sie eine Sendung für eine gemeinnützige oder politische Organisation an alle Haushalte verteilen möchten, kontaktieren Sie uns bitte für eine Offerte.

Kanton	Sprache	Haushalte	Postfächer	Total	Preis
Freiburg	FR	64331		64331 Ex.	7'064.04 CHF
	DE	19341		19341 Ex.	2'393.36 CHF
Freiburg	<b>Total Anzahl</b>			<b>83672 Ex.</b>	<b>9'457.39 CHF</b>
	Gesamttotal Selektion			83672 Ex.	9'457.39 CHF
	+ 7.6% MwSt.				718.76 CHF
	<b>Total</b>				<b>10'176.15 CHF</b>

Gewicht

Gewicht in Gramm 001-25 g



Das Beispiel zeigt die Berechnung für den Kanton Freiburg, zweisprachig, ohne Postfächer. Selbstverständlich lassen sich Ortschaften auf der Kantons- und Bezirksselektion auch einzeln auswählen.

# 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 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.

## Tipps Geschäftsadressen

# Wenn das Personalisieren nicht klappt ...

Die korrekt personalisierte Geschäftsadresse ist im adressierten Direct-Marketing natürlich durch nichts zu ersetzen. Es ist aber nicht immer möglich, die gewünschten Zielgruppen konsequent zu personalisieren. Hier kann die Einschubzeile als gute Kompromisslösung eingesetzt werden.



### Hier ein paar Möglichkeiten:

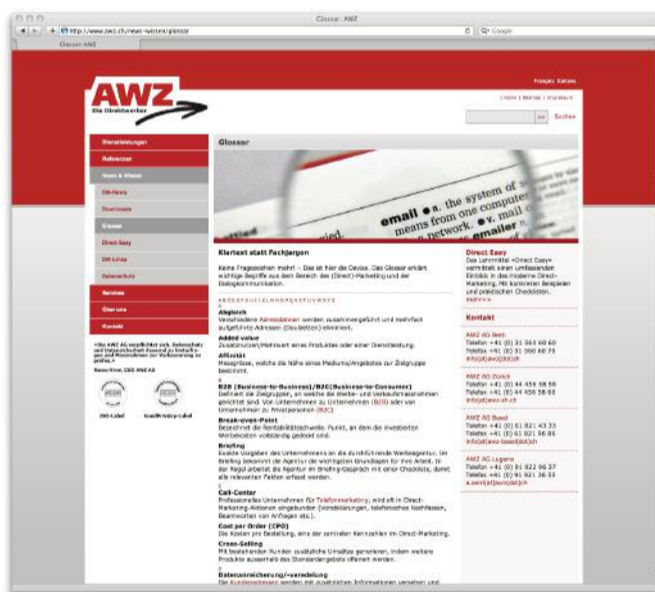
- Geschäftsleitung
- Serviceabteilung
- Werkstattleitung
- Einkauf
- Abteilung Datenschutz
- Forschung und Entwicklung

### Tipps zur Einschubzeile:

- Formulieren Sie geschlechtsneutral
- Länge max. 35 Zeichen (inkl. Leerschläge)
- Nach Sprachen getrennte Einschubzeilen
- Realistische Bezeichnungen mit hoher Trefferquote

Wenn die Personalisierung von Geschäftsadressen nicht oder nur bei einem Teil der gewünschten Adressen möglich ist, dann kann es durchaus Sinn machen, in der Firmenadresse eine Einschubzeile einzufügen. Dieser Zusatz ist in der Datenbank-Grundpauschale inbegriffen und generiert damit keine Mehrkosten.

# Gut zu wissen ...



## Marketing-Glossar

Unter [www.awz.ch/news-wissen/glossar](http://www.awz.ch/news-wissen/glossar) finden Sie ein umfassendes Glossar zum Thema (Direct-)Marketing. Klicken Sie doch einmal hinein; ein Besuch lohnt sich.



## Aktuelle Studie Publitest

Die Resultate 2008/2009 der Panelforschung «Zustellqualität und Werbewirkung unadressierter Direktwerbung» liegen vor. Die Broschüre können Sie mit dem Stichwort «Publitest-Studie» per Mail unter [info@awz.ch](mailto:info@awz.ch) bestellen.



## Zürich-Island-Zürich

Würde man alle Drucksachen aneinanderreihen, welche im Jahr 2009 durch die AWZ AG verteilt worden sind, ergäbe dies eine Länge von insgesamt 5'220 Kilometern, was in etwa der Luftlinie Zürich-Reykjavik-Zürich entspricht.

# KURZ GESAGT

«Man muss vom Weg abkommen, um nicht auf der Strecke zu bleiben.»

Zitat des bekannten Schweizer Designers, Querdenkers und Innovators Hans Zaugg (1936 – 2007)

## Kundenporträt

# Cosmos Verlag – die Spezialisten für praxisorientierte Fachpublikationen

Fachinformationen für Führungs- und Fachkräfte – seit 1923 die Mission des Cosmos Verlags. Das Programm umfasst heute Fachbücher, Zeitschriften und Veranstaltungen zu Themen aus den Bereichen Wirtschaft, Recht und Steuern.

Die Cosmos Verlag AG ist ein Familienunternehmen. Eine wertorientierte Strategie ist seit der Gründung 1923 stets ein zentraler Grundsatz. Die Kernkompetenz ist das Verlegen von praxisorientierten Fachbüchern und -zeitschriften. Aber wieso sollen die fachkundigen Autoren ihr Wissen nicht auch an Tagungen oder als Dozenten in Weiterbildungskursen unter Beweis stellen? So entstanden erfolgreiche Seminar- und Kursreihen. Die Veranstaltungen werden unter dem Namen «first.seminare» in der ganzen Schweiz durchgeführt und erfreuen sich aufgrund ihrer Praxisnähe und Aktualität grosser Beliebtheit.

Im Bewusstsein, dass auch andere Verlage kompetente Fachbücher publizieren – und als Ergänzung zum eigenen Programm – verfügt das Unternehmen mit «Cosmos Business» über eine Online-Fachbuchhandlung ([www.cosmosbusiness.ch](http://www.cosmosbusiness.ch)). Dem Besucher steht ein Katalog mit tausenden Büchern zur Verfügung, wobei zahlreiche Empfehlungen den Zugang zum passenden Buch wesentlich erleichtern. Kostenlose Fachartikel mit Fachbuchtipps führen die Kundschaft gezielt an gewisse Fragestellungen heran und verweisen auf weiterführende Literatur. Thematisch bewegen sich alle Geschäftsbereiche in den Gebieten Wirtschaft, Recht und Steuern.

Mit diesem Angebot will das Unternehmen Fach- und Führungskräfte der Schweizer Wirtschaft mit Fachinformationen versorgen. Egal ob Sie Ihre Unternehmensfinanzen oder Ihre persönliche Steuer- und Vorsorgeplanung optimieren, Mitarbeitergespräche qualitativ verbessern, Ihre Karriere planen oder Marketingaktivitäten effizienter gestalten wollen.



Das Cosmos-Team plant die nächste Werbeaktion.



[www.cosmosverlag.ch](http://www.cosmosverlag.ch) – Hier finden Sie Schweizer Belletristik, Fachbücher aus dem Cosmos Verlag und eine umfassende Online-Fachbuchhandlung.

Wer bei so viel Fachwissen auch einmal etwas Abwechslung benötigt, ist beim Cosmos Verlag ebenfalls an der richtigen Adresse. Mit einem eigenen Belletristikprogramm und einer Freizeit-Sparte innerhalb der Fachbuchhandlung, deckt das Unternehmen Ihren Bedarf an Krimis, Romanen oder Mundartliteratur ebenfalls ab.

Als national tätiges Unternehmen setzt der Cosmos Verlag seit über 20 Jahren auf die Dienste der AWZ AG und auf adressiertes Direct-Marketing. Mit der AWZ AG als verlässliche und flexible Partnerin kann das eigene Angebot zielgerichtet beworben werden.



Cosmos Verlag AG  
Kräyigenweg 2, Postfach  
CH-3074 Muri bei Bern  
Tel. +41 31 950 64 64  
Fax +41 31 950 64 60  
[www.cosmosverlag.ch](http://www.cosmosverlag.ch)  
[www.cosmosbusiness.ch](http://www.cosmosbusiness.ch)

## Kalkulationsbeispiel Geschäftsadressen

# Firmen mit mehr als 20 Büroarbeitsplätzen



Die flexible Adressenselektion mit Verknüpfung verschiedener Merkmale ist eine Spezialität der AWZ AG. In diesem Beispiel werden Firmen mit mehr als 20 Büroarbeitsplätzen selektioniert, zusätzlich personalisiert mit dem Namen des Informatikleiters. Die perfekte Zielgruppen-Fokussierung zum Beispiel für Informatikunternehmen, Bürobedarf und Einrichtungsfirmen. Selbstverständlich ist diese Selektion auch für die französische und italienische Schweiz möglich.

### Total deutsche Schweiz 2'923 Adressen

Datenbankpauschale	CHF	160.00
Personalisierte Adressen CHF 620.00 per Tausend	CHF	1'812.25
Kriterium Büroarbeitsplätze CHF 160.00 per Tausend	CHF	467.70
Lieferung als Excel-Tabelle	CHF	50.00

**Total Adresskosten  
einmalige Nutzung, exkl. MwSt CHF 2'489.95**



## Ich wünsche...

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

Vorname/Name

Firma/Organisation

Adresse

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail



# Integriertes Marketing – Neue Unternehmensphilosophie

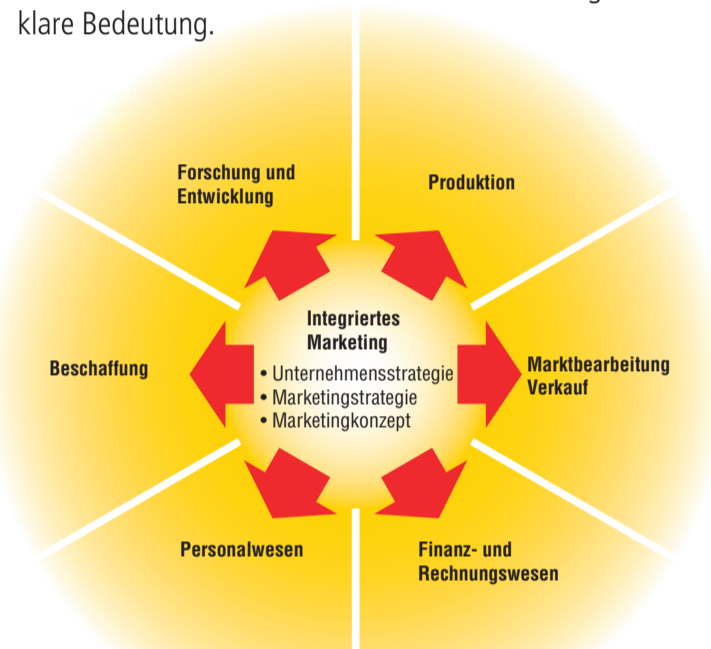
Irgendwo im stillen Kämmerlein arbeitet die Marketingabteilung. Kreative Leute, die fleissig Ideen aushecken und die Märkte mit den verschiedensten Massnahmen und Aktionen bearbeiten. Hie und da ein Gespräch mit dem Verkauf, damit der Aussendienst weiss, was in den nächsten Wochen gerade so läuft – ein Szenario, wie es sich bis vor ein paar Jahren wohl in tausenden Firmen täglich abgespielt hat. Integriertes Marketing geht hier andere Wege.

ten. Das tönt in der Theorie sehr einfach, ist aber in der Praxis – speziell in grösseren Unternehmen – eine echte Herausforderung.

Die Illustration zeigt, dass hier dem Marketing eine zentrale Steuerfunktion zukommt. Die von der Unternehmensleitung festgelegte Marketingstrategie (abgeleitet aus der Unternehmensstrategie) wird in alle Abteilungen und Unternehmensbereiche «transportiert» und muss dort umgesetzt werden. Diese Philosophie ermöglicht eine aktiv gelebte Marktorientierung der gesamten Unternehmung.

## Eine neue Denkhaltung

Integriertes Marketing bedeutet auch, dem Marketing einen höheren Stellenwert einzuräumen. Die Marketingstrategie mit ihren Umsetzungsinstrumenten (z.B. Marketing-Mix) wird als zentrales Element in das Unternehmen implantiert und wird zur Leitplanke und Richtschnur für alle Geschäftsbereiche. Der oft zitierte Spruch «Marketing ist Chefsache» erhält in diesem Zusammenhang seine klare Bedeutung.



## Auswirkungen integriertes Marketing

- Gelebte Kundenorientierung auf allen Stufen und in allen Abteilungen
- Hohe Glaubwürdigkeit, alle sprechen die gleiche Sprache (Image!)
- Mitarbeitende können sich besser mit dem Unternehmen identifizieren
- Nährboden für Innovationen und neue Produkte/ Dienstleistungen
- Wettbewerbsvorteile aus der Summe vieler Details

## Impressum

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

Die Definition des Begriffs «Marketing» gibt es in unzähligen Versionen und füllt ganze Bücher. Dr. Klaus Backhaus, deutscher Ökonom, Ehrendoktor der Universität St. Gallen und Autor verschiedener Standardwerke zum Thema Marketing, macht es kurz und bündig: **«Marketing ist das Management der Kundenzufriedenheit».**

Und diese Kundenzufriedenheit hängt nun einmal von zahlreichen Faktoren ab, so wie uns das der klassische Marketing-Mix lehrt: Das Produkt, die dazugehörigen Dienstleistungen, der Preis, die Verfügbarkeit, die Kommunikation und nicht zuletzt der persönliche Kontakt entscheiden darüber, wie wir das Angebot wahrnehmen und beurteilen.

Das **integrierte Marketing** geht vom Gedanken aus, dass sämtliche Unternehmensbereiche – auch diejenigen ohne direkten Bezug zum Markt – bei der Umsetzung des Marketing-Mix am gleichen Strick ziehen und sich konsequent auf den Markt und die Kundenbedürfnisse ausrichten.

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.



**AWZ**  
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-zh.ch  
www.awz.ch

# MERCI!

Wir dürfen auf ein lebhaftes 2009 mit vielen schönen Kundenkontakten zurückblicken. Für das Vertrauen im zu Ende gehenden Jahr bedanken wir uns herzlich. Ihnen und Ihren Angehörigen wünschen wir schöne Festtage und einen guten Start ins 2010.

Ihr AWZ-Team

