Damit die heimischen Direktmarketing-Experten aus Druckereien und Lettershops zu Profis für den Deutschen Markt werden, verschickt die österreichische Niederlassung der Deutschen Post Global Mail nicht nur Mailings, sondern ihre Partner nach München zu einem Seminar. Das letzte fand Ende Februar statt.
Im Zeitalter der Globalisierung wagen immer mehr Unternehmen den Schritt über die Grenzen, um neue Märkte zu erobern. Um im Wettbewerb mithalten zu können, müssen Druckereien und Lettershops ihren Kunden auch optimales Know-how für internationales Direktmailing bieten.

Global Mail Programm der Deutschen Post Fachseminar für Druckereien und Lettershops

Partner für den deutschen Markt

Robert Feichtenschlager, Sales Manager der Deutschen Post Global Mail Österreich, überreichte am letzten Tag des Seminars das Partnerschaftszertifikat an die Teilnehmer aus ganz Österreich. Die jeweiligen Betriebe können dieses im Alltag vor allem als Marketinginstrument nutzen. „Das Zertifikat beweist Kompetenz und Fachwisssen auf dem deutschen Markt. Die Deutsche Post wird die zertifizierten Unternehmen dem Markt anbieten und dokumentieren, dass diese Unternehmen Spezialisten sind und sich als Dienstleister für den deutschen Markt perfekt eignen“, verspricht Robert Feichtenschlager.
Die Inhalte der Veranstaltung deckten verschiedenste Bereiche ab, um auf dem Deutschen Markt erfolgreich zu sein: Versandlösungen der Deutschen Post Global Mail wurden vorgestellt und erklärt, unterstützende Softwareprogramme zur Adressoptimierung, Planung, Kalkulation, Konzeption von Mailingaktionen präsentiert und Kriterien zur Ablaufoptimierung erläutert.

Verschiedenste Versandlösungen

Das Spektrum der Versandmöglichkeiten reicht vom klassischen, unadressierten Postwurf über den Postwurf Spezial bis zur Infopost kreativ.
„Mit dem Postwurf Spezial spricht man nur den an, den die Botschaft auch interessiert!“, erklärt Birgit Hemmer, Product Manager der Deutschen Post Global Mail, den Unterschied zum klassischen Postwurf.
Dieses Produkt ist eine Versandart, bei der teiladressiert und nach bestimmten Kriterien selektiert wird - die Deutsche Post verfügt über bis zu 300 Informationen pro Haushalt. Die Sendung geht dann z.B. „ an den Weinkenner des Hauses“.
Mit diesem Produkt können durch die Definition der Zielgruppe Streuverluste gering gehalten werden. Das bedeutet eine Kostenersparnis, da die Mailings nicht an Empfänger gehen, die am Thema nicht interessiert sind. Außerdem ist die Ansprache durch die Teiladressierung persönlicher als beim Postwurf.
Die Infopost kreativ ist ein adressiertes Mailing ohne Bindung an rechteckige Formate. Es regt zur freien Gestaltung der Sendung an, verbunden mit dem verstärkten Anreiz für den Empfänger, den Inhalt zu erforschen.

Für weitere Informationen:

Global Mail (Austria) GmbH.
Verwaltungszentrale Österreich:
Landstraßer Hptstr. 1/3, 1030 Wien
Tel.: 01/7064616-16,
Fax: 7064616-20
Mail: service@dp-gm.at
www.deutschepost-globalmail.de
Seit 1999 gibt es auch ein Vertriebsbüro in Salzburg
Geschäftsführer:
Robert Feichtenschlager

Software zur Adressoptimierung

Konkrete Fallbeispiele aus der Praxis unterstützten die Inhalte der Vorträge. Anhand der Softwareprogramme wurde z.B. gezeigt, welches Einsparungspotential die Adressbereinigung birgt, wenn man alle Kosten einberechnet, die für jedes zusätzliche Mailing anfallen. Basis der Adressoptimierung ist die Umzugsdatenbank der Deutschen Post Adress – einem Gemeinschaftsunternehmen der Deutschen Post AG und der Bertelsmann AG. Diese ist die einzige „Alt-Neu Datei“ zur Adressaktualisierung in Deutschland und wächst täglich um bis zu 20 000 Umzugsmeldungen. Im Jahr 2000 hat die Deutsche Post Adress über 450 Millionen Adressen überprüft und aktualisiert – damit konnten nachweislich 17 Millionen Retouren oder Nachsendungen vermieden werden.
Alle Seminarinhalte wurden aus erster Hand geliefert, denn das Trainerteam bestand aus Experten und Produktspezialisten, die direkt mit der Entwicklung ihrer jeweiligen Bereiche befasst sind.
Den Abschluss des Seminars bildete ein Besuch des vollautomatisierten Briefzentrums in München. Dieses ist das größte und modernste seiner Art in Deutschland „Es ist wirklich aufregend, wenn man hautnah erlebt, wie blitzschnell die High-Tech Maschinen des Briefzentrums die endlos scheinende Menge an Sendungen lesen und sortieren. Die schnelle Distribution, die durch die Technik möglich ist, sichert uns – als Partner der Deutschen Post Global Mail – einen klaren Zeitvorsprung gegenüber dem Mitbewerb“, meinte eine Teilnehmerin.