

Editorial

Thema



Liebe Geschäfts-
partner,

wir wollen, dass Sie zufrieden sind. Deshalb nehmen wir die im Dezember durchgeführte Kundenbefragung sehr ernst. Wir haben die Ergebnisse und unsere Verbesserungen auf Seite 3 für Sie zusammengestellt.

Es bringt also allen Seiten etwas, wenn wir oft miteinander auf Tuchfühlung gehen. Hierzu hatten wir seit Jahresanfang viele Möglichkeiten. Zum Beispiel beim Auftakt unserer Workshopreihe „eBusiness@Print“ am 9. März. Oder auf der Leipziger Buchmesse, auf der dieses Jahr wegen dem „Buch vom Buch“ besonderer Andrang herrschte. Wir sind mit der Messe dieses Jahr sehr zufrieden und bereiten uns schon auf die Mailingtage in Nürnberg vor.

Das nächste E-Business-Seminar findet übrigens am 29. August statt. Weitere Seminare, z. B. die bereits 2005 durchgeführten Mailing- und Kundenzeitungsseminare, verschiedene pdf-Seminare und ein Seminar zum Thema Prozess-Standard Offsetdruck finden Sie auf Seite 4. Anmelden können Sie sich wie immer mit dem beigefügten Antwortfax.

Auch quantitativ haben wir unsere Kundenkommunikation erweitert: So erhalten seit März 640 neue Empfänger unseren E-Mail-Newsletter. Die Frequenz wird auf ein Mal monatlich erhöht. Wenn Sie den Newsletter erhalten wollen – anmelden können Sie sich auf der Startseite unserer Website oder mit dem beigefügten Antwortfax. Lassen Sie uns in Kontakt bleiben!

Ihr Herbert Preißler
Geschäftsführer

Was den Verkauf fördert



Riesige Flachbildschirme, die dem Kunden Produktproben kredenzen, sinnliche Produkte in Übergröße, überall Düfte, Farben, Formen – der Point of Sale der Zukunft entführt den Konsumenten in Fantasiewelten, die schon bald blühende Landschaften der Verkaufsförderung sein könnten. Illustration: Antje Hockauf, www.blufish21.de

Verkaufsförderung ist ein weites Feld. Ziel ist immer die Verbesserung der Verkaufsergebnisse. Dass die Begriffe Promotion, Salespromotion und Verkaufsförderung mal als Synonyme benutzt werden, mal Teilbereiche bezeichnen, macht den Überblick nicht leichter.

Ein Schwerpunkt der Verkaufsförderung liegt auf der Trade Promotion – der Händlerunterstützung. Händler erhalten hierbei vor allem zusätzliche Infos zu Produkten und Unterstützung bei der Ladengestaltung, z. B. durch Deckenhänger und Displays. Oft muss bei der Tradepromotion im ersten Schritt der Händler gewonnen werden – hier werden oft aufmerksamkeitsstarke Mailings eingesetzt. Aktionen mit Boni erhöhen den Anreiz für die Händler, z. B. an saisonalen Aktionen teilzunehmen. Um-

gekehrt fordert der Handel auch die Verkaufsförderung, weil er bei der Vielzahl der oft nur saisonalen Produkte meist eine zu geringe Personaldecke hat und die Information des Verbrauchers nicht allein übernehmen kann.

Deshalb liegt ein weiterer Schwerpunkt auf der Consumer Promotion. Sie richtet sich direkt an den Kunden und unterstützt den Händler in seinen Verkaufsbemühungen. Häufig eingesetzte Verkaufsförderungsmaßnahmen sind hier z. B. Sonderpackungen und Leistungspakete mit einem Mehrwert, aber auch der direkte Kundenkontakt, z. B. bei Verkostungen am Point of Sales (POS), der Einsatz von Promotions-Teams und Preisausschreiben.

Fortsetzung auf Seite 2

Kreative Mailings

Silvia Henze studierte Kommunikationsdesign an der FHTW Berlin. Seit 2001 ist sie als Grafik- und Verpackungsdesignerin für Werbeagenturen, Markenartikler und Verpackungshersteller tätig. Exklusiv für das Druckhaus Berlin-Mitte hat Silvia Henze kreative Mailings entworfen, die auffallen und sich dennoch günstig versenden lassen – auch im Rahmen der Verkaufsförderung.

<http://www.packundprint.de>



POPOP-MAILING

Dieses sommerliche Mailing überrascht durch sein Pop-up-Element und die raffinierte Idee, das Versandgut im Swimmingpool verschwinden zu lassen. So können z. B. eine CD, ein Booklet oder eine flache Warenprobe verschickt werden. Das Mailing wird in einem Schubert verschickt und ist außen komplett bedruckbar. Großbrief bis 500 g – Euro 1,45



Thema

Fortsetzung von Seite 1

Der Außendienst soll besonders durch Schulungen, Firmenfahrzeuge, Prospekte, Prämien oder Wettbewerbe zu einer intensiven Marktbearbeitung motiviert werden.

Die Verkaufsförderung entwickelt ständig neue Trends. Zwei von ihnen scheinen richtungsweisend für die nächsten Jahre zu sein: die Einbindung von Direktmarketingmaßnahmen, Events und neuen Medien zu einem ganzheitlichen Verkaufsförderungskonzept und die Schaffung von begehbaren, interaktiven Display-Welten. Auf Messen ist dieser Trend bereits gut erkennbar. Nach Ansicht von Branchenvertretern wird er auch den POS erobern.

Wer seinen Kunden in punkto Verkaufsförderung ein kompetenter Dienstleister sein will, muss also auch vorausdenken und auf vielen Gebieten Angebote unterbreiten.

Aus dem Unternehmen

eBusiness@Print

Am 9. März 2006 fand in unserem Hause die Eröffnungsveranstaltung unserer Workshopreihe eBusiness@Print statt. Mit großem Interesse folgten Panther Display GmbH und Total Deutschland GmbH unserer Einladung. In dieser Workshop-Reihe möchten wir unsere Kunden individuell und umfassend über die Online-Abwicklung von Druckaufträgen informieren. An Beispielen zeigen wir, wie in Produktion, Kommunikation, Abstimmung und Lagerhaltung Einsparpotentiale realisiert, Abläufe beschleunigt und sicher gemacht werden können. Über die Eingabe eines Benutzernamens und eines Passworts auf der Website erhalten unsere Kunden Zugang zum E-Business-Portal. Dort können sie u. a. Aufträge platzieren, die Druckdaten übertragen, Fertigwaren abrufen, Drucksachen personalisieren und über einen Softproof am Bildschirm Druckfreigaben erteilen. Der nächste Workshop findet am 29.08.06 statt. Anmelden können Sie sich mit dem beigefügten Antwortfax.

KOFFER-MAILING

Das Koffer-Mailing ist für die verschiedensten Unternehmen und Themen einsetzbar, beispielsweise im Bereich Tourismus, Mode, Werkzeug oder für Firmen, die ihre Kunden auf Reisen schicken wollen.



Der Koffer kann außen mit dem Firmenlogo und anderen Attributen personalisiert werden. Es ist möglich, ihn innen mit unterschiedlichen Einsätzen auszustatten, z. B. für eine Warenprobe, eine CD, einen Folder oder andere Gegenstände. Eine Antwortpostkarte kann im Deckel integriert werden. Maxibrief bis 1000 g – Euro 2,20

Kundenzufriedenheitsbefragung ausgewertet

In den Bereichen Termintreue, Produktqualität und Freundlichkeit der internen und externen Mitarbeiter bekamen wir von Ihnen die besten Noten. Auch mit unserer Kommunikation sind Sie meist zufrieden – Homepage und Kundenzeitung werden von Ihnen gut angenommen. Verbesserungen wünschten Sie sich vor allem bei der Erreichbarkeit, der Reaktionsgeschwindigkeit auf Anfragen und eine bessere Information, wenn doch mal ein Termin verschoben werden muss.

In unserer Qualitätsrunde haben wir Ihre Anmerkungen beraten. Durch die Einrichtung eines eigenen Office (Frau Altenburg) und die Umleitung des Sammelrufes konnten wir die telefonische Erreichbarkeit bereits verbessern. Durch den Einsatz einer neuen Telefonanlage (in Vorbereitung) soll die automatische Weiterleitung verbessert werden. Auch der Einsatz mobiler Geräte wird geprüft. Bei kurzfristiger Abwesenheit unserer Kundenberater werden künftig verstärkt die Anrufbeantworter zum Einsatz kommen.

Außerdem haben wir das Team 1 durch eine Vertriebsassistentin, Frau Rackel (in Ausbildung), verstärkt. Sie wird uns u. a. bei der Bearbeitung von Anfragen (Kalkulation, Angebot) unterstützen. So wird die Reaktionszeit bei Anfragen weiter verkürzt.

Wir bedanken uns für Ihre Unterstützung. Sie können uns jederzeit ansprechen, wenn Sie Verbesserungsbedarf sehen.



Ihre Adresse

Firma Ansprechpartner

Straße PLZ/Ort

Telefon Fax

E-Mail Internet

Ihre Wünsche

Wir interessieren uns für die in dieser Ausgabe vorgestellten Produkte. Bitte nehmen Sie Kontakt zu uns auf.

Wir melden für folgendes Seminar an:

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------|-----------------|--|-------|------------|
| <input type="checkbox"/> | 20. Juni 2006 | 10:00–14:00 Uhr | pdf-Grundseminar | | Person(en) |
| <input type="checkbox"/> | 27. Juni 2006 | 10:00–16:00 Uhr | Erfolgreiche Mailings | | Person(en) |
| <input type="checkbox"/> | 4. Juli 2006 | 10:00–14:00 Uhr | pdf-Aufbauseminar | | Person(en) |
| <input type="checkbox"/> | 29. August 2006 | 12:00–16:00 Uhr | eBusiness@Print | | Person(en) |
| <input type="checkbox"/> | 26. September 2006 | 12:00–16:00 Uhr | ProzessStandard Offsetdruck/ISO 12647-2 | | Person(en) |
| <input type="checkbox"/> | 17. Oktober 2006 | 10:00–16:00 Uhr | Was macht eine Kundenzeitung erfolgreich? | | Person(en) |
| <input type="checkbox"/> | 31. Oktober 2006 | 10:00–14:00 Uhr | pdf-Grundseminar | | Person(en) |
| <input type="checkbox"/> | 14. November 2006 | 10:00–14:00 Uhr | pdf-Aufbauseminar | | Person(en) |

Ihre Mitteilungen

- Wir möchten die *products* regelmäßig erhalten.
- Wir möchten die *products* nicht mehr lesen.
- Bitte schicken Sie die *products* auch an
- Bitte schicken Sie Ihren E-Mail-Newsletter an folgende Adresse
- Unsere Adresse hat sich geändert (siehe oben).
-