

Mailing Angebots-Zeitung.

+4.8%
mehr Umsatz

Aufgabe
Paul Ullrich ist ein renommierter Wein- und Spirituosenhändler mit rund 27 000 Kunden aus der ganzen Schweiz. Paul Ullrich steht für langjährige Erfahrung und umfassendes Know-how. Paul Ullrich sucht ein Marketing-Tool, welches diese Kompetenzen herausstreicht und gleichzeitig den Absatz steigert.

Strategie
Die Lösung: eine Angebots-Zeitung, bei der die Produkte im Vordergrund stehen. Sie soll leicht und schnell zu konsumieren sein, aber gleichzeitig **mehr kommunizieren als den Preis**. Welche Weine empfehlen Experten? Welche Craft-Beers sind im Trend? Welche Neuheiten gibt es? Welches werden die Sommer-Drinks des Jahres? Diese und viele Fragen werden in der Angebots-Zeitung LIQUID des renommierten Wein- und Spirituosenhändlers Paul Ullrich beantwortet. Ziel ist ein **möglichst hoher Absatz der vorgestellten Produkte**. LIQUID erscheint 6 x jährlich in 2 Varianten für Privat- und Geschäftskunden und richtet sich an den bestehenden Kundenstamm von Paul Ullrich.

Kreation
Der Name ist Programm. Bei LIQUID dreht sich alles um das Flüssige. Besonderer Wert wurde auf eine **abwechslungsreiche Gestaltung** gelegt – dies trotz enger Angebotsbestückung auf den insgesamt 16 Seiten im A3-Format. Durch einen Headline-Duktus, der lediglich aus Schlagworten besteht, wird die Eigenständigkeit der Angebots-Zeitung betont. Die Zeitung wird transparent foliert und mit einer personalisierten Bestellkarte versendet.

Ergebnis
Mit dem Mailling konnte der Overall-Absatz im Vergleich zur Vorjahresperiode um **4.8% gesteigert** werden.



Versand
inkl. Bestellkarte



16 seitige
Zeitung



Erscheint alle zwei Monate.
To be continued...