

Der Analog-Spamordner

AUFGABENSTELLUNG

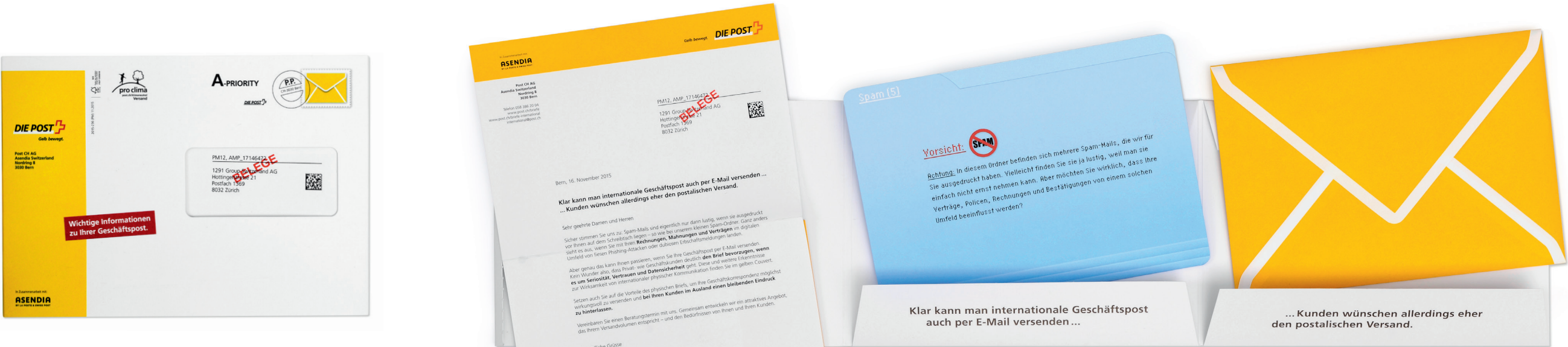
Für klassische Geschäftspost wie Rechnungen, Kontoauszüge etc. wird mehr und mehr der E-Shift angestrebt. Mit dem Versand eines physischen Mailings soll der Zielgruppe nun aufgezeigt werden, welch positive Wirkung per Post versendete Geschäftspost bei Kunden auch weiterhin erzielt – um so den E-Shift zu verlangsamen und bestenfalls umzukehren.

IDEE

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Wir suchen nach einem solchen Bild und finden es dort, wo die Kommunikationsmittel der Zielgruppe nach dem E-Shift vermutlich öfter anzutreffen sind: im Spam. Wir senden der Zielgruppe einen **Analog-Spamordner, in dem sich** mehrere authentisch gestaltete **Spam-Mails in gedruckter Form befinden.** Lustig, aber eben nur deshalb, weil die Zielgruppe die Mails in gedruckter Form vor sich liegen hat. Und genau das ist unsere Botschaft, die wir mit einer Post-Studie zur Wirkung international versendeter physischer Geschäftspost anreichern.

ERGEBNIS

Die Zielgruppe versteht den Wink mit dem Zaunpfahl und zeigt sich in Gesprächslaune. Das im Mailing angebotene **Dialogangebot nehmen 3,5% der Unternehmen von sich aus wahr.** Weitere **4,7% der Adressaten können im telefonischen Nachfass davon überzeugt werden,** relevante Informationen wie Rechnungen weiterhin am Spamordner vorbei per Post zu versenden.



In einem typischen Post-Kuvert befinden sich zwei Kuverts. Ein gelbes mit Post-Informationen sowie ein blaues, in dem sich unsere analogen Spammails befinden.

Lotteriegewinne, geheimnisvolle Erbschaften und Wunderpillen: In gedruckter Form ist sogar Spam lustig.

