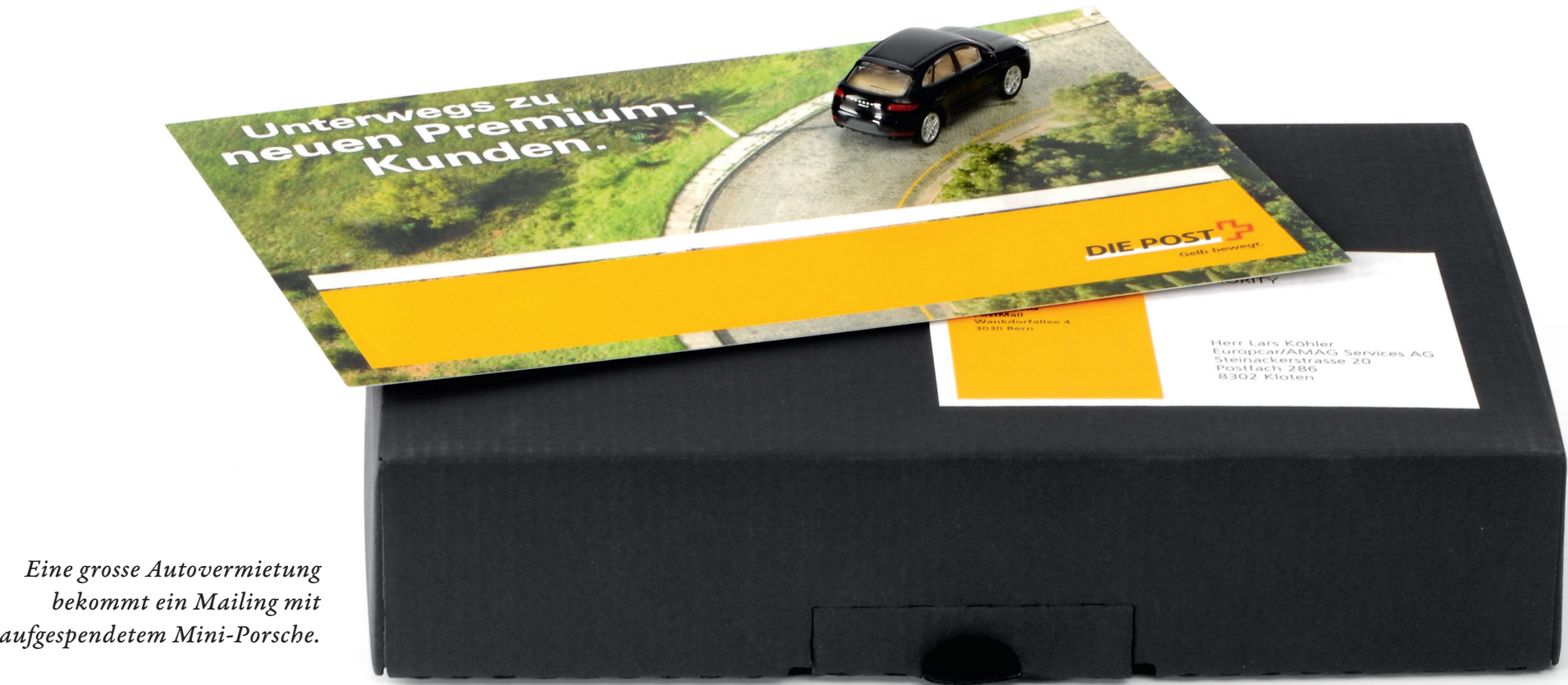


«Bei Anruf Mailing»

Ad-hoc Massnahmen



Eine grosse Autovermietung bekommt ein Mailing mit aufgespendetem Mini-Porsche.



Das Mailing für einen E-Commerce-Händler aus der Modewelt lässt sich stilvoll per Reisverschluss öffnen.



Ein ZALANDO-Wettbewerber wird mit einem handgenähten Umschlag aus Stoff angeschrieben.

AUFGABENSTELLUNG

Für die Post bieten sich immer wieder **spontane Anlässe**, um einzelne Unternehmen oder fein ausgewählte Zielgruppen auf das Thema **«Werbung mit dem Brief»** anzusprechen. Solche Anlässe sind beispielsweise Presseveröffentlichungen oder Veranstaltungen, in deren Rahmen Postvertreter potenzielle Kunden kennenlernen und diesen dann möglichst schnell ein zielgerichtetes Angebot unterbreiten wollen. Für diese Anlässe gilt es **ein Format** zu entwickeln, **das sich schnell umsetzen lässt, dabei aber extrem individuell ist**.

IDEE

Wir versenden extrem **aufmerksamkeitsstarke Briefe**, um die **Adressaten von der Wirkung des Briefs zu überzeugen**. Denn nichts ist so überzeugend wie eine Erfahrung, die man selbst gemacht hat. Und nichts ist so inspirierend wie beispielsweise Postkarten, die in **handgenähten Stoffkuverts** stecken. **Briefe, die sich mit einem Reisverschluss öffnen lassen** oder **Spielzeugautos, die über Postkarten fahren**: Alle Mailings werden individuell für die angesprochene Zielgruppe entwickelt und spiegeln das Businessumfeld der jeweiligen Adressaten wider.

ERGEBNIS

Die liebevoll gestalteten Mailings erzielen die gewünschte Wirkung. Die Kundenberater bei der Post haben einen perfekten Gesprächsaufhänger und konnten so im Nachgang bereits mehrere Gespräche führen, die unter anderem zur **Durchführung eines DM-Workshops mit 30 wichtigen Multiplikatoren** sowie zu konkreten **Beauftragungen einer PromoPost-Aktion** geführt haben.