



Mercy Ships – Hilfe für die Ärmsten

Aufgabenstellung

Mercy Ships bringt mit dem grössten privat betriebenen Spital-schiff Hoffnung und Hilfe in die ärmsten Länder der Welt. Mit einer Besatzung von über 400 Freiwilligen stellen sie wertvolle ärztliche Dienste kostenlos zur Verfügung. Ein Direct-Mailing an eine affine Zielgruppe in der Westschweiz sollte die Bekanntheit der Organisation steigern und dringend benötigte Spendengelder beschaffen.

Strategie/Lösung

Mittels Testanlagen wurde die Performance von unterschiedlichen Give-aways, Adressdaten, Kuverts und Spendenbeträgen getestet und die Effizienz des Mailings Schritt für Schritt gesteigert. So erhielten die Rezipienten in unterschiedlichen Versänden Post-its, Pflaster-Sets, Papierschiffe oder auch nur den Spendenbrief ohne Geschenk. Beim Mailing in der Westschweiz wurde zusätzlich ein Störer auf dem Kuvert eingesetzt, der auf einen TV-Bericht über Mercy Ships auf RTS 1 Bezug nahm.

Ergebnis

4.24% der Empfänger spendeten nach Erhalt des Mailings. Am besten performte die Testzielgruppe «Pflaster/Kuvert mit Logo/25 CHF», die einen Response von **5.29%** erzielte. Sehr hohe Werte für eine Kaltakquise und eine erfolgreiche Werbeaktion für Mercy Ships.



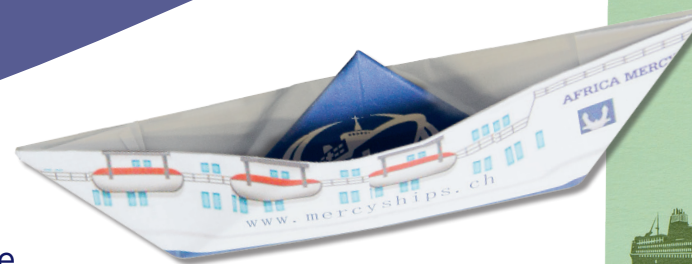
Spendenbrief



Personalisierter Einzahlungsschein



Info-Folder mit einer
Mercy Ships Erfolgsgeschichte



Give-aways für die
verschiedenen Testanlagen



Spitalschiffe für
die Ärmsten
Des navires-hôpitaux
pour les plus démunis
www.mercyships.ch

