

PILOTMAILING PRIVATKUNDEN

1. STUFE

MIETADRESSEN

- Für die Testgemeinden
- Teufen
- Speicher
- Schlatt-Haslen



CRM



AUSWERTUNG

- Response-Rate
- Bearbeitung Bestellungen, Wettbewerbsteilnahmen und Beratungsanfragen
- Optional: telefonische Befragung

4. STUFE

LEARNINGS

- Wahrnehmung des Mailings in den Testgemeinden
- Wettbewerb vs Rabatt-Aktion
- Verständlichkeit der Botschaft
- Ableiten des Potentials
- Massnahmen zur Optimierung vor dem Roll-Out definieren

2. STUFE

PILOTMAILING

Ziel kurzfristig

- Mailingerfolg und Response testen
- Mailingprozess intern/extern prüfen
- Verschiedene Kontaktmöglichkeiten austesten
- Wirkung Wettbewerb vs Rabatt-Aktion testen

Ziel langfristig

- Mailingversand im gesamten SAK Gebiet
- Neue Privatkundenkontakte generieren
- Gesamtangebot von SAK bekanntmachen
- Neuen Markenauftritt bekanntmachen
- Erreichung Conversions und KPI's
- Traffic auf Website generieren
- Content für Soziale Medien generieren

Kuvert



Brief



Wettbewerbskarte



Leistungsübersicht



RESPONSE

ERGÄNZEND

Plakat



Inserat



Microsite/Wettbewerb



Social Media



KPI'S

- Response auf konkretes Angebot mit Rabatt
- Response auf Wettbewerb
- Response auf Microsite, evt. QR Code
- Conversion Rate
- «Öffnungs»-Rate Selfmailer
- Verständlichkeit der Botschaften
- Verankertes Wissen
- Image neuer Auftritt sak
- Persönliche Einstellung zu Selfmailer und neuem Auftritt sak
- Kosten