

# MIT FRISCHEN IDEEN IN DIE ZUKUNFT STARTEN

Viele Unternehmen mussten – bedingt durch Lockdown und Schutzmaßnahmen während der Corona-Pandemie – ihre Geschäftsstandorte vorübergehend schließen. Am stärksten leiden vor allem die Unternehmen unter den Auswirkungen, die uns Dinge anbieten, die unsere Lebensqualität steigern. Unternehmen wie Restaurants, Cafés,

Bars, Fitnesscenter, Hotels, Theater, Kinos, Friseursalons und viele andere sind vom Kundenbesuch in ihren Standorten abhängig. Diese müssen jetzt beginnen, ihre Kunden aufzuwecken und dazu zu bringen, schnell die Geschäftsstandorte wieder zu besuchen und Dienstleistungen und Waren zu konsumieren.

Helfen Sie Ihren Kunden dabei, die entscheidende Marketingunterstützung anzubieten, die Geschäfte dieser Art jetzt benötigen. Dafür haben wir das locr BACKpack für Sie zusammengestellt. Dies ist ein Back-to-Business-Paket, welches Sie mit auf Ihre Mission nehmen können, um Ihren Kunden zu neuem Schwung zu verhelfen.

# WAS IST DAS LOCR **BACKPACK**?

Viele Unternehmen sind von Kundenbesuchen im Geschäft abhängig. Nutzen Sie die Kraft eines Standortes und verstärken Sie Ihre Marketingaktionen. Wo ist das Geschäft und wie komme ich dort hin? locr bietet eine Lösung, die Erfolg verspricht – Geomarketing. Nutzen Sie die Kraft individualisierter Karten und versteckter Geodaten in einfachen Postadressen, um Aufmerksamkeit zu erzielen. Sie erzeugen Emotionen durch die visuelle Darstellung der NÄHE zum Kunden! Zusätzlich steigern Sie Reaktionen und Antwortraten im Direktmailmarketing.



Dies ist Ihr Guide durch das locr BACKpack. Er zeigt Ihnen, wie Sie die Geomarketingwerkzeuge aus dem locr BACKpack nutzen. Sie können damit tausende Unternehmen überall unterstützen, die auf persönlichen Kundenkontakt angewiesen sind. Diese brauchen Ihre Marketingerfahrungen, um das Geschäft wieder in Gang zu bringen.

Das locr BACKpack enthält alles, was Sie benötigen, um sofort anzufangen: Ein Online-Tool, in dem Sie selbst Geodaten erzeugen und individualisierte Karten gestalten können. Sie erhalten Beispieldesigns zur Inspiration und Grafikvorlagen, die sie als offene Daten übernehmen können. Damit Sie die locr Services für Ihr eigenes Marketing nutzen können, sprechen Sie mit uns über die Möglichkeiten.

Wie kommen Unternehmen nach der Corona-Krise jetzt wieder richtig in Schwung und wie besuchen Kunden wieder Ihre Geschäftsstandorte? Dieser Guide zeigt in neun Schritten, wie einfach dies mit Geomarketing sein kann. Weisen Sie Ihren Kunden den Weg in die Zukunft!



# DAS ZIEL ENTWERFEN SIE EINEN PLAN

Jede Marketingplanung benötigt eine genaue Vorbereitung. Der erste Schritt ist die Definition des Ziels der Kampagne. Was soll erreicht werden? Was soll beworben werden? Wie werden Sie wissen, dass Sie das Kampagnenziel erreicht haben?

Um ein Beispiel für eine Kampagne aufzuzeigen, muss zunächst das Ziel definiert werden. Bei unserem Beispiel wäre dies, dass wir Unternehmen nach der Corona-Krise unterstützen möchten. Kundenkontakte und der Verkauf sollen wiederbelebt werden.



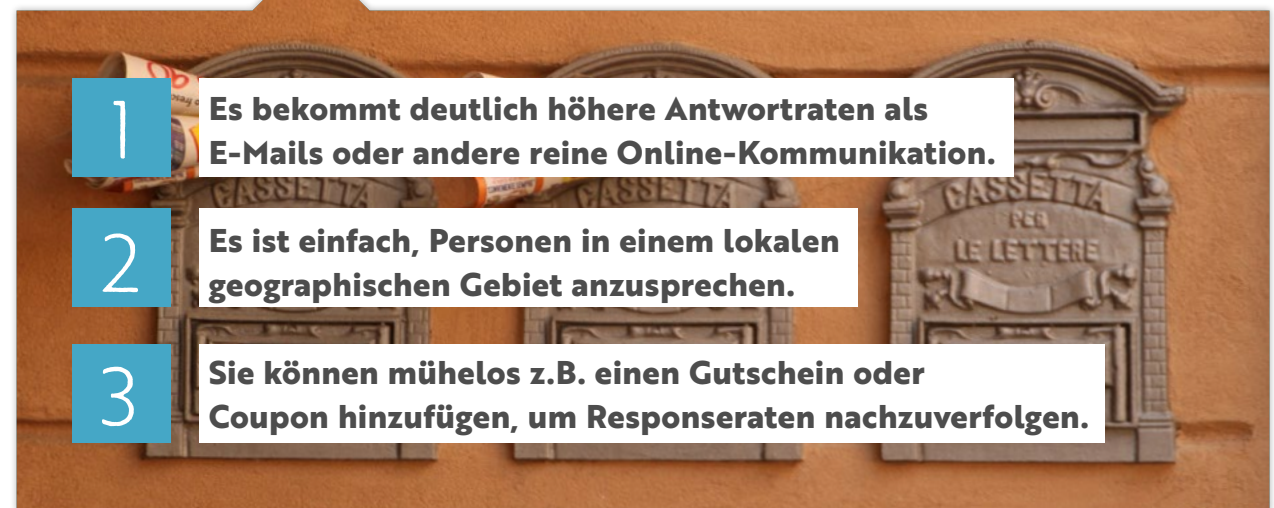
Sie müssen diese Unternehmen, die von Kundenbesuchen in ihrem Unternehmensstandort abhängig sind, ausfindig machen und mit ihnen direkt in Kontakt treten. Ihre Kunden wissen vielleicht gar nicht, dass ihnen Geomarketing zu einer einfachen und kostengünstigen Lösung verhilft, um Kunden anzusprechen. Zeigen Sie Ihren Kunden, wie einfach es sein kann!



# DIE STRATEGIE DIREKTMAILING

Nichts eignet sich bei Unternehmen, die auf den Besuch und Kontakt zu ihren Kunden angewiesen sind, besser als Direktmailing. Es ist effektiv, einfach zu gestalten und die Responsequoten sowie die Reaktionen des Empfängers steigen nachweislich. Zudem kann ein Direktmailing einfach und vor allem kostengünstig gestaltet werden. Die Geomarketing-Komponenten, die Sie durch das locr BACKPACK erhalten, geben einem Direktmailing den zusätzlichen Antrieb. Durch diese Komponenten wird das Mailing noch individueller, wodurch der Empfänger eine Verbindung zum Unternehmen aufbaut – und das ist es, was Unternehmen vor allem jetzt brauchen.

## DREI GRÜNDE, WARUM DIREKTMAILING EFFEKTIV IST:



1

**Es bekommt deutlich höhere Antwortraten als E-Mails oder andere reine Online-Kommunikation.**

2

**Es ist einfach, Personen in einem lokalen geographischen Gebiet anzusprechen.**

3

**Sie können mühelos z.B. einen Gutschein oder Coupon hinzufügen, um Responseraten nachzuverfolgen.**



Die Direktmailing-Kampagne kann einfach an potentielle Kunden in der Umgebung eines Unternehmens gerichtet werden, aber auch genauso gut an bereits bestehende.

# DIE ZIELGRUPPE DIE LOKALE NACHBARSCHAFT



Bei jeder Direktmailing-Kampagne benötigen Sie zunächst einige Daten der Personen, die das Unternehmen ansprechen möchte. Dabei reichen oftmals schon die Postadressen und Namen aus. Diese sind bei Bestandskunden meist schon vorhanden und können genutzt werden. Besitzt das Unternehmen jedoch noch keine Daten, ist es sinnvoll, nach den

Vorstellungen der „idealen Kunden“ zu fragen. Als was arbeiten diese? Wie alt sind sie? Wo wohnen sie? Sind die Kunden eher männlich oder weiblich oder macht dieser Punkt keinen Unterschied?

Diese demographischen Profile können Sie an jede gute und seriöse Datenagentur geben. Sie wird dann

für Sie eine Selektion von Namen und Adressen vornehmen, die Ihren Kriterien entsprechen. Die Daten sollten qualitativ hochwertig sein. Sie müssen sicherstellen, dass potentielle Kunden dem richtigen Standorten zugeordnet werden können – nah genug, um mit Ihrem Kunden Geschäfte zu machen. Nutzen Sie dazu die Geodaten, die sich schon in den Postadressen verstecken.

# DER SCHLÜSSELFAKTOR NÄHE

Vor allem lokale und regionale Unternehmen sind auf Kundenbesuche angewiesen. Dass ein Kunde ein Unternehmen aber besucht, hängt häufig auch von der Entfernung ab. Aber auch viele andere Faktoren, wie z.B. das Angebot, spielen dabei eine Rolle.

Das Unternehmen, welches Sie unterstützen, wird sicherlich einen guten Überblick darüber haben, welche Kunden zu ihnen kommen.

Wenn Sie in Ihrer Direktmailing-Kampagne zusätzlich Fahrtentfernungen und Fahrtzeiten vom Standort des Kunden zu einem Unternehmen angeben, wird das Interesse des Empfängers noch stärker geweckt. Durch eine Kunden-selektion, basierend auf diesen Daten, können die Kunden ausgeschlossen werden, die zu weit weg wohnen.

Dadurch sparen Sie z.B. unnötige Portokosten.



Entfernung und Zeit sind für einen Kunden von entscheidender Bedeutung, ob dieser ein Unternehmen besucht oder nicht. Es ist viel verlässlicher, diese Parameter über ein echtes Routing zu ermitteln anstatt sich nur auf Postleitzahlen zu verlassen.

Diese genannten Zeiten und Entfernungen ermittelt locr schnell und präzise mit Hilfe einfacher Postadressdaten. Da es sich um echte Fahrzeiten und –Entfernungen handelt, können zu weit entfernt gelegene Adressen so einfach aussortiert werden. Es ermöglicht aber auch, das Mailing noch individueller zu gestalten. Der Kunde erhält wichtige Informationen über Zeit und Entfernung von seinem Zuhause zum Standort des Unternehmens und kann so eine Verbindung zu diesem aufbauen.

# DIE BOTSCHAFT WIE RELEVANT IST SIE?

Auf die Daten, die Sie nun haben, folgt die Marketingbotschaft. Auch hier hat Ihr Kunde wahrscheinlich eine Vorstellung darüber, was er zum Ausdruck bringen möchte und was an seinem Unternehmen besonders ist.

Es ist leichter gesagt als getan, die Botschaft in einer einfachen, klaren und attraktiven Weise zu vermitteln.

Eine gute Überschrift oder Schlagzeile ist enorm wichtig, um die Aufmerksamkeit des Kunden zu bekommen. Sie muss nicht zwingend clever oder witzig sein, sondern kurz und prägnant.

**Hier sind einige Punkte, die Ihnen bei der Erstellung der Botschaft helfen:**



1

**Wie unterscheidet sich das Unternehmen von anderen?**

2

**Was bringt es dem Kunden, wenn er das Unternehmen besucht?**

3

**Gibt es spezielle Angebote für den Kunden?**

# DAS ANGEBOT WORUM GEHT ES?



Ein essentieller, aber oft übersehener Aspekt einer erfolgreichen Direktmailing-Kampagne ist das Angebot.

Für den Kunden muss das Angebot relevant und ansprechend sein. Nur damit wird er das Unternehmen überhaupt erst besuchen. Natürlich muss das Angebot auch sinnvoll und zeitlich gut erfüllbar sein. Ihr Kunde wird sehr genau wissen, was seine Kunden anziehen wird.



Einige unserer Ideen für mögliche Angebote sind: Ein Zwei-für-Eins-Angebot oder ein extra Bonus. Es gibt jedoch noch viele andere Möglichkeiten. Wichtig dabei ist nur, dass das Angebot ein realistisches Zeitlimit hat. Schließlich will Ihr Kunde sein Geschäft so schnell wie möglich wieder aufnehmen.





# DAS FORMAT SCHLICHT UND EINFACH

Nun haben Sie die Empfängerdaten, die Kampagnenbotschaft und das Angebot skizziert und können Ihre Erfahrung und Ihr Können nutzen, um Ihrem Mailing ein kreatives Design oder Format hinzuzufügen.

Aus unserer Erfahrung können wir sagen, dass für kleine und lokale Unternehmen – wie z.B. Restaurants, Friseursalons, Zahnärzte, Clubs, Theater usw. – Postkarten gut funktionieren. Dabei ist A5 eine gute Größe, die günstig in der Produktion ist und zudem genug Platz für alle nötigen Informationen bietet. Wird diese dann noch beidseitig und farbig bedruckt, ist sie sehr attraktiv für den Kunden.



Das Beste aber ist, dass das Mailing als Postkarte nicht per Umschlag verschickt werden muss. So kann eine Seite der Postkarte beispielsweise mit dem Namen, der Adresse und dem Werbetext beschriftet werden. Die andere Seite kann dann für ein attraktives und kreatives Bild sowie für eine Überschrift genutzt werden. Das bedeutet, dass jeder Drucker das Mailing im Digitaldruck herstellen kann.

Wenn Sie eine Postkarte als Format wählen, können Sie außerdem eine individualisierte Anfahrtskarte hinzufügen. Diese zeigt dem Empfänger, wo das Unternehmen ist und wie er am schnellsten dort hingelangt. Eine individualisierte Karte kann genauso wie variable Namen oder Adressen ganz einfach digital gedruckt werden.

# DAS DESIGN ERZIELEN SIE WIRKUNG

Wenn Sie eine individuelle Karte – besonders auf einer Postkarte – in einer lokalen Marketingkampagne verwenden, ist Ihnen die Aufmerksamkeit des Empfängers gewiss. Diesem wird die Karte sofort auffallen, wenn er das Mailing das erste Mal in den Händen hält.

Der Grund dafür ist simpel: Der Empfänger erkennt auf der Karte sofort seine Nachbarschaft und damit auch sein Zuhause. Seine Nachbarschaft ist für ihn familiär und weckt somit Emotionen, aber auch Neugier.

„Warum ist mein Haus auf dieser Karte markiert? Wohin führt diese Route?“



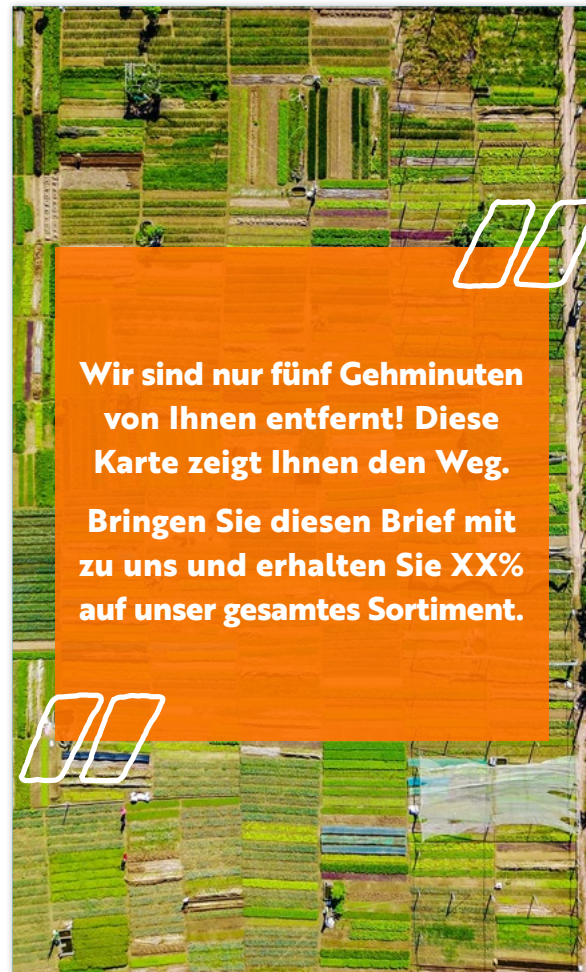
Die individualisierte Karte zeigt dem potentiellen Kunden wie einfach es ist, von seinem Zuhause zu dem Standort des Unternehmens Ihres Kunden zu gelangen. So erkennt er auch, wie einfach es ist, mit Ihrem Kunden Geschäfte zu machen. Außerdem kann er auch gleich sein mögliches Sonderangebot einlösen!

„Oh, hier steht, dass wir dieses Geschäft besuchen sollen. Außerdem haben sie diesen Monat ein Angebot, bei dem wir zwei zum Preis von einem erhalten! Stimmt, wir haben während der Corona-Krise die ganze Zeit Zuhause verbracht, aber jetzt können wir wieder raus gehen. Wir sollten es mal ausprobieren. Hier steht, dass es ohnehin nur eine fünfminütige Fahrt ist. Probieren wir es mal aus!“

# DIE ERGEBNISSE BLEIBEN SIE BEI DEM, WAS FUNKTIONIERT

Ihr Kunde hat sich an Sie gewandt, weil er Vertrauen in Sie hat, dass Sie ihm helfen können. Er vertraut auch darauf, dass Sie Ergebnisse für ihn liefern können. Vertrauen basiert auf Klarheit und Ehrlichkeit. Sie können vielleicht keinen Erfolg garantieren, aber Sie können über Responseelemente feststellen, ob Ihre Kampagne die gesetzten Ziele erreicht hat.

Das ist vor allem für Unternehmen einfach, die darauf angewiesen sind, dass Kunden zu ihnen kommen. Der Kunde nimmt beim nächsten Besuch einfach das Mailing mit, um das Angebot in Anspruch nehmen zu können. Die Postkarte dient so nämlich als Gutschein oder Coupon. Der Kunde muss keinen Coupon abreißen oder ausschneiden, was auch für ihn bequemer ist. Postkarten sind auch hier sehr effektiv.



**Wir sind nur fünf Gehminuten  
von Ihnen entfernt! Diese  
Karte zeigt Ihnen den Weg.**

**Bringen Sie diesen Brief mit  
zu uns und erhalten Sie XX%  
auf unser gesamtes Sortiment.**

Wenn Ihr Kunde dann die eingelösten Postkarten bzw. Coupons behält, kann er zusätzlich feststellen, wie viele Kunden bei ihm waren und wie erfolgreich die Kampagne war. Individualisierte Karten in einfachen Mailings sind bewährt, da sie in lokalen Marketingkampagnen hervorragende Ergebnisse erzielen. Restaurants, Einzelhändler, Hotels, Fahrzeughändler, Friseursalons, Museen und viele mehr haben sie bereits genutzt und sind von den Ergebnissen begeistert.

In einem von unseren Kundenbeispielen hat ein Einzelhändler einen A/B-Test mit und ohne eine individualisierte Karte durchgeführt. Die Mailings mit Karten erhielten eine 63% höhere Antwortrate.

# DIE AKTION HOLEN SIE SICH DAS LOCR **BACKPACK**

Die Zeit ist gekommen, dass die Beschränkungen regional weiter heruntergefahren werden. Wir unterstützen Sie, neue Kunden zu finden sowie bestehende Kunden wieder zu Ihrem Geschäft zu verhelfen. Nutzen Sie dazu unser locr Back-to-Business-Paket und holen Sie sich das **BACKpack** auf: [www.locr.com/de/backpack](http://www.locr.com/de/backpack)

Hier finden Sie alle Werkzeuge, um Ihnen und Ihren Kunden zu helfen, das Geschäft wieder anzukurbeln. Ein Online-Tool, um individualisierte Geoinformationen und Karten zu erzeugen und einige Beispieldesigns für Postkarten zur Inspiration. Außerdem stehen wir Ihnen auf Ihrer Reise mit Rat und Tat zur Seite, wenn Sie Fragen haben sollten. Warten Sie nicht darauf, dass ein Kunde Sie anruft. Werden Sie aktiv!

## Folgen Sie einfach den neun Schritten, die wir Ihnen vorgestellt haben:

- 1 ZIEL:** Beleben Sie Ihre Verkäufe!
- 2 STRATEGIE:** Bieten Sie eine Direktmaillösung an und helfen Sie anderen Unternehmen bei der Wiedererstarkung Ihres Geschäftes.
- 3 ZIELGRUPPE:** Lokale Unternehmen, die auf Kundenbesuche angewiesen sind.
- 4 BOTSCHAFT:** GEOmarketing – Eine einfache und kosteneffektive Lösung, um den Verkauf anzukurbeln.
- 5 ANGEBOT:** Sie entscheiden. Vielleicht freie Designs? Eine anpassbare Vorlage?
- 6 FORMAT:** Nutzen Sie ein Direktmailing, wie z.B. eine Postkarte
- 7 DESIGN:** Zeigen Sie Ihrem Kunden, wie eine individualisierte Karte aussieht
- 8 ERGEBNISSE:** Verfolgen Sie Antworten. Nutzen Sie einzigartige Angebotscodes.
- 9 AKTION:** Beginnen Sie jetzt! Holen Sie sich das locr **BACKpack**!

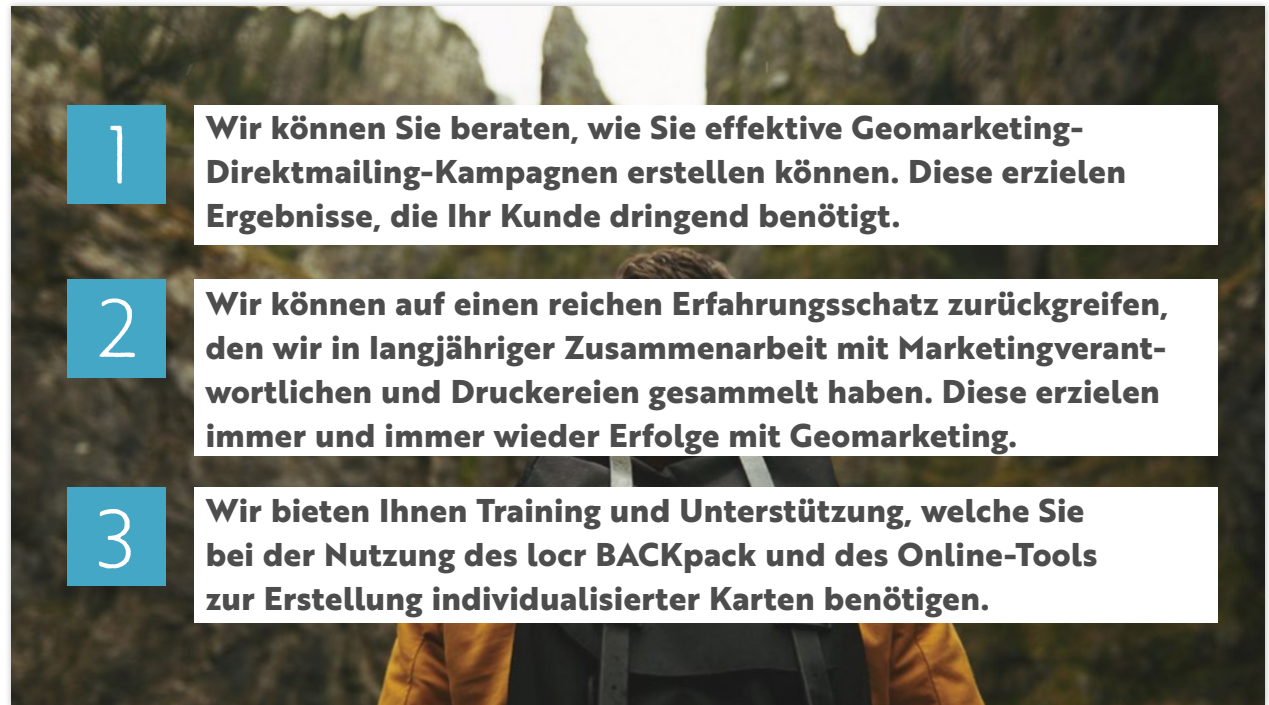
# KONTAKT WIR UNTERSTÜTZEN SIE!



*Glaube bedeutet den ersten Schritt zu gehen, obwohl man nicht die ganze Treppe sehen kann.*

- Martin Luther King, Jr.

Der erste Schritt ist immer der schwierigste. Aber wir sind bei Ihnen, um Ihnen die richtige Richtung zu weisen und Sie bei jedem Schritt auf dem Weg nach vorn zu begleiten.



1

**Wir können Sie beraten, wie Sie effektive Geomarketing-Direktmailing-Kampagnen erstellen können. Diese erzielen Ergebnisse, die Ihr Kunde dringend benötigt.**

2

**Wir können auf einen reichen Erfahrungsschatz zurückgreifen, den wir in langjähriger Zusammenarbeit mit Marketingverantwortlichen und Druckereien gesammelt haben. Diese erzielen immer und immer wieder Erfolge mit Geomarketing.**

3

**Wir bieten Ihnen Training und Unterstützung, welche Sie bei der Nutzung des locr BACKpack und des Online-Tools zur Erstellung individualisierter Karten benötigen.**

Weitere Informationen finden Sie unter [www.locr.com/de/backpack](http://www.locr.com/de/backpack) oder per E-Mail an Ihren lokalen Ansprechpartner Thomas Schnettler unter [t.schnettler@locr.com](mailto:t.schnettler@locr.com)