

CASE STUDY

Für Telekom – Wegweisender Service

Individualisierte Mailingkampagne der Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH



CASE STUDY

Für Telekom – Wegweisender Service

Individualisierte Mailingkampagne der Telekom Shop
Vertriebsgesellschaft mbH



Um die Kunden nicht nur persönlich anzusprechen, sondern Ihnen auch den Weg zu einer individuellen Beratung möglichst angenehm und leicht zu gestalten, versendete die Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH ein Mailing, das gleich eine vom Spezialisten für individualisierte Karten locr realisierte Anfahrtskarte enthielt.

Was zeichnet ein herausragendes Mobilfunkunternehmen aus? Die Kundenfreundlichkeit und der Service. Und um genau diese beiden Dinge ging es in einem Mailing, das im vorigen Jahr deutschlandweit an 12.000 Unternehmen des VSE-Segments (Very Small Enterprises) versendet wurde. Der persönliche Charakter stand ganz im Vordergrund des Mailings. Realisiert wurde das in Zusammenarbeit zwischen der Agentur Mangold&Mangold in Ingelheim am Rhein, dem Vertragslettershop MEILLERGHP GmbH sowie der locr GmbH als Experten für individualisierte Landkarten.

AUFMERKSAMKEIT DURCH INDIVIDUALISIERUNG

„Wir wollten den Kunden als Individuum ansprechen: Bereits in diesem Mailing sollte er sich gut beraten fühlen. Deshalb gab es viele Personalisierungsbereiche, angefangen mit einer eingeklebten Visitenkarte über das Anschreiben bis hin zur individualisierten Karte auf der Rückseite“, erklärt Kristin Uhink von Mangold&Mangold. Auf der Visitenkarte waren neben der Adresse des zuständigen Telekom Shops auch die Kundendaten wie zum Beispiel die Kundennummer enthalten.

So hat der Kunde auf einen Blick alle notwendigen Informationen, sollte er der Einladung zu einem persönlichen Gespräch folgen. Die Personalisierung fand ihre Fortsetzung im Anschreiben, auf dessen Rückseite die individualisierte Anfahrtskizze den Weg zeigte.

Das Mailing selbst umfasste insgesamt sechs Seiten und ließ sich zweimal seitlich ausklappen. So entstand eine relativ große Kommunikationsfläche, auf der die Agentur sehr prominent mit Bildern und Headlines spielen konnte. „Bei Mailingöffnung blickte der Kunde auf der rechten Seite zunächst auf ein großflächiges Bild von 20 x 20 cm mit der Visitenkarte und auf der linken auf das Anschreiben, alles sehr übersichtlich gestaltet mit gleicher Position der Headlines“, schildert Kristin Uhink. „Auf der Rückseite befand sich dann noch einmal ein großflächiges Bildmotiv.“ Das Anschreiben wurde auf einem etwas stärkeren Papier produziert. Das hatte einen ganz praktischen Hintergrund. „Zum einen wirkt die höhere Grammaturnatürlich sehr hochwertig. Zum anderen kann der Kunde die individualisierte Karte so als Orientierungshilfe für den Weg zum Shop nutzen. Das Papier ist etwas steifer und liegt deshalb gut in der Hand“, erklärt Kristin Uhink.

DER WEG ZUM SHOP

Im Design der Karte wurden wertvolle Kleinigkeiten realisiert. So war der Zielort nicht nur mit einer vollständigen Adresse, sondern auch mit einem T-Logo markiert, während sich die Weg-

CASE STUDY

Für Telekom – Wegweisender Service

Individualisierte Mailingkampagne der Telekom Shop
Vertriebsgesellschaft mbH

strecke selbst in Telekom-Magenta angenehm von den gedeckteren Farben abhebt. „Dabei ist das Design des eigentlichen Bildausschnitts vergleichbar mit den im Internet gebräuchlichen Karten. Da haben wir auch quasi nichts dran verändert. So kennt es der Kunde“, erläutert Kristin Uhink. „Dass die Karte so vertraut aussieht, ist ein Pluspunkt.“

Die individualisierte Karte bietet den Kunden so einen ganz konkreten Nutzen. „Die Karte zeigt den tatsächlichen Weg von der Adresse des Kunden zum zuständigen Telekom Shop. Dieser liegt jeweils in einer Erreichbarkeit von 15 Kilometern“, erzählt Kristin Uhink und fügt hinzu: „Geschäftskundenmailings zur Telekom Shop-Zuführung wurden im letzten Jahr mehrfach versendet. Und möglicherweise überschritten sich damit auch die Zielgruppen, so dass Kunden ein Mailing zweimal erhalten haben. Es musste also etwas Neues her. Deshalb haben wir nun die individualisierte Karte mit dazu genommen. Und da wir mit einer Personalisierung sowohl auf dem Anschreiben als auch auf der kleinen Visitenkarte und natürlich auf dem Umschlag selbst gearbeitet haben, war die individualisierte Anfahrtskarte in jedem Fall noch einmal das Tüpfelchen auf dem i.“



Individualisierte Anfahrts-
karten zeigen den Weg zum
nächsten Telekom Shop



PRINT digital!
eine Initiative des f:mp.
Waldbornstraße 50
56856 Zell/Mosel

T +49 (0) 6542 5452
F +49 (0) 6542 5422
info@print-digital.biz
www.print-digital.biz