

ERFOLGSSTORY



Nicolas Schibler
Geschäftsführer Marketing & Vertrieb

DMC-2016-001

«NACH JEDER PROSPEKT-ZUSTELLUNG KÖNNEN WIR EINEN UNMITTELBAREN EFFEKT FESTSTELLEN!»

«Directs sind für uns ein wichtiges Werbeinstrument, um Neukunden zu gewinnen. Die Kunden werden zuhause erreicht, da, wo das Bedürfnis eines Brillenkaufs aufkommt und auch geplant wird – die Brille ist selten ein Impulskauf. Dabei kann mit einer Verkaufsförderungsmassnahme ein unmittelbarer Anreiz geschaffen werden, der dafür sorgt, dass die Leute in die Läden kommen. Nach jeder Prospektzustellung können wir einen unmittelbaren Effekt feststellen!

Entscheidend ist auch der Mix der Kommunikationsmassnahmen und dass die Werbeinstrumente zum richtigen Zeitpunkt eingesetzt werden. Unadressierte Werbung ist bei uns ein wichtiges Marketinginstrument. Dazu kommt die Fernsehwerbung mit unseren Markenbotschaftern Stefanie Heinzmann und Gilbert Gress. Zudem erhalten unsere bestehenden Kunden regelmässig einen persönlich adressierten Brief.

Wir stellen pro Jahr mit der Direct Mail Company etwa vier Prospekte zu. Dabei verfolgen wir unterschiedliche Ziele wie z.B. die Verkaufsförderung durch Aktionen oder die Stärkung der Markenbekanntheit und des Images durch unsere Markenbotschafter oder den Fokus auf das Sortiment und die Schweizer Qualität.

Die Direct Mail Company ist ein professioneller Partner und immer offen für neue Ideen und unsere Anliegen. Das macht die Zusammenarbeit sehr angenehm.»

Angebotsprospekt

– in Deutsch/Französisch/Italienisch

Zustellung

- Je nach Botschaft selektionierte Zielgruppen und Zustellgebiete
- 4–6 Mal pro Jahr
- in definierten Gebieten

