

Checkliste für erfolgreiches Direct Marketing

# Der messbare Erfolg zählt



- | Ja                       | Nein                     |  |
|--------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Haben Sie die quantitativen und qualitativen Ziele der Direct-Marketing-Kampagne vorab definiert?                        |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Kommt Ihr Werbebrief bei der Zielgruppe an?<br>Haben Sie ggf. mehrere Varianten getestet?                                |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Wurden attraktive Responseelemente gewählt, zum Beispiel vorfrankierte internationale Antwortkarten?                     |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sind die Responseelemente codiert, um nachzuvollziehen, über welchen Kanal die meisten Reagierer kommen?                 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Werden Responseverstärker im Mailing eingesetzt, die die Rücklaufquote erhöhen?  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ist bekannt, welche Mindestrücklaufquote das Mailing erreichen muss, um die Kosten zu decken?                            |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Planen Sie einen Soll-/Ist-Vergleich?  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Haben Sie festgelegt, nach welchen Methoden die Response bewertet werden soll (Response-, Bestell- oder Kaufquote)?      |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Berechnen Sie den Return on Investing? Wie hoch ist der Nettogewinn im Verhältnis zu den Kosten?                         |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Wissen Sie, welche Kosten pro Kontakt entstehen?   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Werden die gewonnenen Informationen in einem CRM-System erfasst, um sie für weitere Kundenbindungsmaßnahmen einzusetzen? |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bemessen Sie den Wert des Kunden (Customer Lifetime Value)?  |