

Effektive Mailings

14 Fragen an Ihre Dialog-Agentur

Spezialteil-14-Fragen-an-Agentur
Charts = Doku
5.6.2014

HEALTHCARE MARKETING
DR. UMBACH & PARTNER
www.umbachpartner.com
Training + Consulting

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 1

Effektive Mailings

Sie wollen eine Agentur mit einem Print-Mailing an Ärzte oder Apotheker oder Patienten beauftragen.

Welche 14 Fragen sollten Sie Ihrer Agentur stellen, damit gerade Ihr Mailing von den Empfängern gelesen wird und wirkt?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 1

1) Empfängerkreis ändern

Gibt es Hinweise, dass man die Zielgruppe beispielsweise um weitere Facharztgruppen erweitern - oder auf Ärzte mit bestimmten Zusatzbezeichnungen konzentrieren sollte?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 2

2) Ziel des Mailings

Ist der nächste Schritt glasklar erkennbar und weiß der Empfänger genau, was er tun soll?
Hinweis: Da die Konversionsrate von Mailing zu Web gering ist, sollte man daneben stets Post, Fax und Telefon als Responsewege anbieten

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 3

3) Anreiz für Response

Was erhalten Arzt bzw Apotheker bzw HelferIn, wenn sie antworten und welchen Nutzen hat das für sie?
Hinweis: Beachten Sie die Regeln des Pharma-Kodex

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 4

4) Werden Antworten ausgewertet

Lässt man eingehenden Daten schlummern oder werden die wertvollen Informationen genutzt, um eine eigene Datenbank aufzubauen oder eine bestehende Datenbank zu pflegen?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 5

5) Emailadressen

Fragt das Mailing auch nach den Emailadressen der Empfänger, um eine eigene Datenbank für zukünftige elektronische Mailings aufzubauen?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 6

6) Promotion von Homepages

Schafft das Mailing Anreize, bestimmte relevante Webseiten im Internet zu besuchen?

Sind diese Seiten auf die Inhalte des Mailings abgestimmt?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 7

7) Hat das Response-Element eine Kennung

Kann man die eingehenden Antworten beispielsweise mittels eines "Bar-Codes" dem jeweiligen Mailing eindeutig zuordnen?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 8

8) Gesamtpreis einer Aussendung

Summe der Kosten für Adressenmiete, Text, Gestaltung, Lettershop (Papier, Druck, Falzen, Kuvertieren), Frankieren und Projektmanagement?

Hinweis: Kosten für die Responsebearbeitung kommen noch hinzu

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 9

9) Was kostet das einzelne Mailing pro Empfänger

Ihr Investment dividiert durch die Zahl der Mailings

Rechenbeispiel:

20 000 Euro / 10 000 Mailings = 2 Euro pro Mailing

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 10

10) Wie hoch ist die Responderate

Zahl der Responses dividiert durch die Zahl der verschickten Mailings.

Rechenbeispiel einer solchen Erfolgskontrolle:

500 Responses / 10 000 Mailings = 5 % Responderate

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 11

11) Kosten einer Response

Ihr Investment dividiert durch die Zahl der Responses

Rechenbeispiel:

20 000 Euro / 500 Responses = 40 Euro pro Response

Hinzu kommen noch Kosten für Responsebearbeitung,
Kauf und Versendung des bestellten Artikels
im Sinne von Fulfillment

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 12

12) Testen und optimieren

Kann ihre Agentur zwei (sich beispielsweise nur
in der Überschrift unterscheidende) Versionen
eines Mailings entwickeln und verschicken, um ...
kontinuierlich zu lernen, was besser ankommt?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 13

13) Response erhöhen

Welche Anregungen und Verbesserungsvorschläge
bietet Ihnen Ihre Agentur, um die Rücklaufquote
Ihrer Mailings zu erhöhen?

Ideen für Verstärker?

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Fragen an Ihre Agentur 14

14) Mehr Return on Ihr Investment

Rechenbeispiel:

Wenn eine Änderung die Responserate von
5 auf 6 Prozent (also die Responses von 500 auf 600)
steigert, so erhalten Sie bei gleichem
Investment zusätzliche Responses,
die 100 x 40 Euro, also 4 000 Euro entsprechen.

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com

Link und Passwort

➔ Login für Klienten

www.umbachpartner.com

© Healthcare Marketing Dr. Umbach & Partner www.umbachpartner.com 17