

Kunden waren bei der Wahl ihrer Anbieter noch nie so offen wie heute. Dies eröffnet wiederum Chancen, neue Wege in der Kundenkommunikation zu gehen. Die meisten Kunden informieren sich vor dem Kauf eines bestimmten Produktes oder Dienstleistung. Dabei lassen sie sich vor allem von der Werbung beeinflussen. In diesem Zusammenhang rückt das klassische Dialogmarketing mit Mailings in den Fokus der Unternehmen. Der Grund dafür ist, dass die Werbebotschaften die Kunden zielgenau erreichen. So entstehen weniger Streuverluste und der Erfolg ist direkt messbar. Die Empfänger der Werbung werden dabei über Response-Elemente, wie zum Beispiel Antwortkarten, zu einer Reaktion aufgefordert.

Ein sowohl originelles als auch kostengünstiges Dialogmarketinginstrument im Bereich Mailing ist der sogenannte Selfmailer.

Der Selfmailer richtet sich an einen persönlich adressierten Empfängerkreis mit dem Ziel potenzielle Kunden schnell, individuell und kostengünstig anzusprechen. Das größte Unterscheidungsmerkmal zum herkömmlichen Mailing besteht in der Produktion. Während beim klassischen Brief zum Verschließen ein Umschlag benötigt wird, kommt der Selfmailer ohne Kuvertierung aus. Der Grund dafür ist, dass dieser aus einem einzelnen Papierbogen durch Falzung und Verklebung hergestellt wird. Der positive Effekt: Durch das Einsparen von Arbeitsschritten, wie der Kuvertierung, fallen die Produktionskosten für den Selfmailer deutlich geringer aus als bei herkömmlichen Mailings.

## **Weitere Vorteile**

- Aussagekräftig
- Aktivierend
- Einfache Reaktionsmöglichkeiten für den Empfänger
- Eindeutige Handlungsaufforderung
- Botschaften werden schnell verstanden