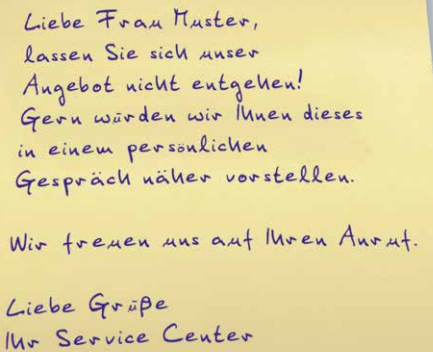


# Mailings mit personalisiertem Post-it®

Ein renommierter deutscher Finanzdienstleister erzielt deutlichen Zuwachs der Abschlüsse durch Mailings mit personalisierten Post-it® Notes.



Liebe Frau Muster,  
lassen Sie sich unser  
Angebot nicht entgehen!  
Gerne würden wir Ihnen dieses  
in einem persönlichen  
Gespräch näher vorstellen.  
  
Wir freuen uns auf Ihren Anruf.  
  
Liebe Grüße  
Ihr Service Center

Die durchschnittliche Response-Rate von Direct Mailings liegt in Deutschland bei ein bis drei Prozent. Um den Erfolg eines Mailings zu erhöhen, ist daher weniger die Quantität der versandten Werbebriefe als vielmehr die gesteigerte Qualität und persönliche Ansprache entscheidend.

Im Folgenden wird beschrieben, wie die Aufgabenstellung für ein responsestarkes Anschreiben mit einer innovativen Lösung von Schagen & Eschen für einen renommierten Finanzdienstleister umgesetzt worden ist.

*Was hat den Kunden dazu veranlasst bei Schagen & Eschen ein Mailing in Auftrag zu geben?*

Die bestehenden Kunden sollten durch ein *persönliches* Anschreiben zu einer Kontaktaufnahme sowie einem Kreditabschluss animiert werden. Auch Interessenten sollte die persönliche Ansprache und ein innovatives Element dazu motivieren auf das Mailing zu reagieren.

*Wie wurde die Aufgabenanforderung im Hause Schagen & Eschen umgesetzt?*

Zusammen mit unseren kompetenten Beratern für innovative Mailings wurde ein Anschreiben mit personalisiertem Post-it® in Kombination mit der Handschrift-Simulation MyNote® vorgeschlagen.

Dieses Konzept hat den Kunden in puncto Flexibilität und Individualität überzeugt.

*Welches Ergebnis hat sich das Kreditinstitut versprochen und was ist tatsächlich erreicht worden?*

Die Erwartungshaltung der Response auf dieses Mailing lag bei einer Rücklaufquote von ca. 5 %.

Doch die Erwartungen wurden weit übertroffen! Die Aussage der Marketingverantwortlichen des Finanzdienstleisters war, nach einer umfangreichen Testphase für den Einsatz personalisierter Post-it® im Mailing:

„Mit dem aufgespendeten, personalisierten Post-it® konnten wir über alle Testzielgruppen hinweg ein positives Ergebnis erzielen. In der Spitze lagen die Mehrabschlüsse von Kreditverträgen bei der Zielgruppe mit personalisiertem Post-it® gegenüber der Standardgruppe ohne Post-it® um **60,8%** höher!“

**Schagen & Eschen:**

Wir sind stolz, mit unserem Kunden zusammen ein gemeinsames Ziel erreicht zu haben. Die hohe Response- sowie Abschlussquote gibt uns die Gewissheit, dass wir unseren Kunden mit innovativen Lösungen rund um Mailings einen deutlichen Mehrwert für ihre Kerngeschäfte bieten.

**Fazit:** Mit Hilfe des auffälligen, original kanariengelben™ Post-it® auf dem Mailing, in Kombination mit der persönlichen Ansprache und der Handschrift-Simulation MyNote® lassen sich höchste Aufmerksamkeit und traumhafte Responsequoten erzielen.

# Spezialisten für Mailings.

## Die Ursache des Erfolges eines persönlichen Post-it®

Die Harvard Business Review veröffentlichte einen Artikel, der eine Experimentreihe zum Thema „The Surprising Persuasiveness of a Sticky Note“ von Randy Garner von der Houston State University beschreibt.

Randy Garner fand heraus, dass a) eine persönliche Note zu hinterlassen und b) jemandem das Gefühl zu geben man frage ihn nach einem persönlichen Gefallen (und nicht irgendjemanden), in der Kombination, imposante Ergebnisse erzielen kann.

In einem Experiment wurden Umfragen an 3 verschiedene Gruppen mit je 50 Professoren (insgesamt 150 Professoren) versendet. Die 3 Gruppen erhielten exakt dieselbe Umfrage, aber:

**Gruppe 1:** erhielt die Umfrage mit einer aufgeklebten, handschriftlichen Haftnotiz auf der um die vollständige Rückgabe der Umfrage gebeten wurde.

**Gruppe 2:** erhielt die Umfrage mit der gleichen handschriftlichen Nachricht auf dem Anschreiben, aber ohne Verwendung einer Haftnotiz.

**Gruppe 3:** erhielt die Umfrage nur mit einem Anschreiben, ohne handschriftliche Notiz.

Was waren die Resultate?

**Gruppe 1:** 76% der Professoren sendeten die Umfrage ausgefüllt zurück.

**Gruppe 2:** 48% der Professoren sendeten die Umfrage ausgefüllt zurück.

**Gruppe 3:** 36% der Professoren sendeten die Umfrage ausgefüllt zurück.

Um das Experiment zu generalisieren muss man verstehen, warum die Haftnotiz so gut funktioniert hat.

Die Haftnotiz repräsentiert viele mächtige Verhaltensauslöser in einem kleinen Objekt. Sie gehört nicht zur Umgebung – die Haftnotiz nimmt Raum ein und sieht etwas unordentlich aus. Das Gehirn will sie also entfernen. Sie ist schwer zu ignorieren. Sie ist persönlich.

Ultimativ bedeutet das: eine Person kommuniziert mit einer anderen wichtigen Person – fast als wäre es ein Gefallen oder eine spezielle Anfrage, woraufhin sich der Empfänger wichtig fühlt.

**Nutzen Sie diese psychologischen Erkenntnisse: Die personalisierte Post-it® Haftnotiz in Kombination mit der Handschrift-Simulation MyNote® hilft Ihnen Ihre Responsequote zu optimieren.**



## Technische Details

- Original Post-it® Material
- Verwendung der speziellen Handschrift-Simulation MyNote®
- ohne störende Codes auf dem Post-it®
  - wirkt wie handgeschrieben
- Beschriftungsfarbe: blau
- Format: 76 mm x 76 mm
- Papierfarbe: kanariengelb™
- Leimspur-Position: am Kopf oder Fuß der Post-it® Haftnotiz
- Trägerdokumente: kuvertierte Mailings und SelfMailer

SEPD04-01