



DITTMANN

Zielgruppengenaue

deutlich werden, was Sie von Ihrem Kunden wollen. Sie möchten ihm Ihre neuen Entwicklungen vorstellen? Dann sollten Sie ihm das auch mitteilen. Werden Sie konkret, machen Sie Ihre Kunden neugierig. Aber: Versprechen Sie nur, was Sie auch halten können. In diesem zweiten Mailing müssen die Fakten wie Anfahrtsskizze, Standnummer, Telefonnummer am Stand unbedingt enthalten sein.

Wie wichtig sind denn eigentlich Response-Elemente?

Auch Ihre Zeit ist kostbar. Bitten Sie Ihren Kunden um eine feste Zusage. Ein Response-Element, also ein vorgefertigtes Ant-

wortschreiben zum Ankreuzen ob und wann ein Termin vereinbart werden soll, muss Ihrem Mailing unbe-

dingt beigelegt werden. Außerdem sollten Außendienstmitarbeiter Kunden bei ihrem Besuch persönlich einladen, denn eine persönlich gegebene Zusage ist psychologisch bindend.

Haben Sie Tipps für die Werbung in der letzten Minute?

Auch in der letzten Minute sollten Minimalziele erreicht werden: Fehlerfreie Texte, korrekte Anschreiben sollten auch in der Hektik garantiert werden. Gerade in der letzten Minute können Sie viel über telefonische Kontakte erreichen. Nutzen Sie diese Zeit, um sehr wichtige Kunden persönlich einzuladen.