

+++++

SCORE-LETTER Nr. 01 (Ausgabe August 01)

Newsletter zum Thema Klassisches- und Online-Marketing
– erscheint monatlich ab August 2001

+++++

Herausgeber: Score Marketing Stäfa, Christoph Portmann

+++++

Sehr geehrte Score-Letter Abonnenten

Dies ist die erste Ausgabe des Score-Letters, der monatlich erscheint und sie regelmässig über Neuigkeiten, Entwicklungen und Trends von der Marketingfront informiert. Bewusst beschränken wir uns dabei nicht nur auf das klassische Marketing, sondern möchten ihnen gerade auch im Bereich von Marketing via Internet Möglichkeiten aufzeigen, wie sie mit diesem Instrument neue Kunden akquirieren, bestehende Kunden informieren, pflegen und binden können.

Jede Ausgabe behandelt ein Schwerpunktthema. Wünsche und Anregungen dazu sind jederzeit willkommen. Melden sie sich unter: <mailto:chportmann@ScoreMarketing.ch>

Inhalt

+++++

Schwerpunktthema: > PERMISSION-MARKETING <

- 1 WAS IST „PERMISSION-MARKETING“
- 2 WIE KOMME ICH AN ADRESSEN
- 3 WAS BRINGT PM KONKRET
- 4 DER BUCHTIPP ZUM THEMA
- 5 WETTBEWERB
- 6 SEMINAR-PROGAMM
- 7 AUSBLICK AUF DEN SCORE-LETTER NR. 02 / SEPTEMBER 2001

+++++

1 WAS IST „PERMISSION-MARKETING“

Auf Deutsch heisst Permission-Marketing (PM) „Erlaubnis-Marketing“. PM basiert auf der Vision, das sich Empfänger von Informationen und Werbung freiwillig zur Verfügung stellen. Das heisst, dass der Werbeempfänger dem Werbetreibenden ausdrücklich das Einverständnis gegeben hat, dass er regelmässig informiert werden möchte. Selbstverständlich kann die Erlaubnis jederzeit und ohne Angabe von Gründen widerrufen werden. Indem sich Permission- oder Erlaubnismarketing nur an Freiwillige richtet, garantiert es einen höheren Aufmerksamkeitsgrad der Empfänger gegenüber den Informationen und Werbebotschaften.

Erlaubnismarketing ist:

- > freiwillig (richtet sich an interessierte Freiwillige)
- > persönlich (beziehen sich auf ein Individuum)
- > erwartet (die Empfänger freuen sich auf die Botschaften)
- > relevant (bezieht sich auf Dinge / Themen, die den Empfänger interessieren)

Selbstverständlich basiert auch der Score-Letter auf dem Prinzip des Permission-Marketing. Der Grundstock unserer Adressdaten bilden unsere Kunden, Geschäftspartner, Marketinginteressierte, Studierende verschiedener Schulen sowie Freunde und Bekannte aus dem beruflichen und privaten Umfeld. Sie alle können jederzeit frei entscheiden, ob Sie unsere Informationen weiterhin erhalten möchten oder nicht. Hier der Link dazu:

<http://www.scoremarketing.ch/newsletter/mail.htm>

+ + + + +

2 WIE KOMME ICH AN ADRESSEN?

Natürlich muss man mit Permission-Marketing irgend wie beginnen. Wie aber jetzt an geeignete Adressen kommen? Ganz einfach, sammeln sie entweder systematisch die Profile (Post- und E-Mail Adressen) ihrer Kunden und Interessenten und verwenden sie diese für ihr nächstes Mailing. Diese Adressen sind einfach und kostengünstig zu bekommen und sind für sie Gold wert. Ein Grundsatz im Verkauf sagt, dass es etwa 10 x günstiger ist, einen bestehenden Kunden zu pflegen und zu halten als einen Neuen zu gewinnen.

Adressen von professionellen Adressbrokern wie zum Beispiel der Firma Schober in Bachenbülach <http://www.schober.ch> gekauft werden. Es lohnt sich, die Zielgruppe genau zu selektieren und die Adressdaten mit dem persönlichen Ansprechpartner zu beziehen. Ein persönlich adressierter Werbebrief hat beim Empfänger viel die grösseren Chancen gelesen zu werden, als ein unpersönlicher.

Geben sie den Empfängern immer die Möglichkeit, mit ihnen in Kontakt zu treten. Eine Responsemöglichkeit (z.B. Faxformular, frankierte Rücksendekarte usw.) gehört zwingend in jedes Mailing.

Günstiger als Werbebriefe auf dem Postweg zu verschicken, ist E-Mail Marketing. Mehr dazu aber dann im nächsten Score-Letter. Eine Warnung vorab: Unterlassen Sie es unbedingt, E-Mail Adressen käuflich zu erwerben. Unverlangte E-Mails (insbesondere kommerzielle), stossen bei der Internetgemeinde auf keinerlei Gegenliebe. Anti-Spam-Aktivisten setzen äusserst radikale Methoden ein und ein einziger Empfänger mit entsprechenden technischen Kenntnissen reicht schon, um ganz erhebliche Probleme zu verursachen. **WIEDERSTEHEN SIE DER VERSUCHUNG UNBEDINGT!**

+ + + + +

3 WAS BRINGT PERMISSION MARKETING KONKRET

Der Konsument profitiert:

- regelmässige und aktuelle Informationen aus erster Hand zu seinem Interessen- und Fachgebiet
- muss sich nicht selber um aktuelle Informationen kümmern und ist trotzdem laufend und frühzeitig über Neuigkeiten informiert

- der Service ist zuverlässig, kostenlos und unverbindlich

Der Anbieter / Werbetreibende profitiert:

- regelmässiger und persönlicher Kontakt zum Kunden und / oder Interessenten – dadurch verstärkte Kundenbindung
- kennt die Bedürfnisse und Wünsche seiner Kunden
- kann darauf konkrete Angebote machen
- kann bedürfnisgerechte Produkte und Dienstleistungen entwickeln und seinen Kunden und Interessenten anbieten
- der Kreis an Interessenten wird immer grösser – neue Adressen müssen nicht mehr zugekauft werden

Auf unserer WebSite finden sie zum Thema einige Interessante Informationen:

<http://www.scoremarketing.ch/aktuell>

+ + + + +

4 DER BUCHTIP ZUM THEMA

Bei den Vorbereitungen zu einem meiner Seminare, bin ich auf ein Buch mit dem Titel PERMISSION MARKETING von Seth Godin gestossen. Das Buch bietet einen spannenden Überblick über das Thema und dient mir seit einiger Zeit als Nachschlagewerk, das ich sehr schätze und immer wieder verwende.

Meine persönliche Bewertung: **** (vier von maximal fünf Sternen)

Buchtitel: Permission Marketing

Autor: Seth Godin

Verlag: Finanzverlag

ISBN: 3-932114-52-3

Preis: CHF 53.00 (exkl. Porto)

Das Buch kann per E-Mail einfach und schnell bestellt werden. <mailto:info@buchundco.ch> oder besuchen sie die WebSite <http://www.buchundco.ch> und informieren sie sich über das umfangreiche Angebot.

+ + + + +

5 WETTBEWERB

Wie immer ein kleiner Wettbewerb – hier die Frage: Was bedeutet Permission-Marketing auf Deutsch? Ein kurzes E-Mail mit der Lösung und ihrer Adresse genügt.

<mailto:info@Scoremarketing.ch>

** Zu gewinnen gibt es 3 Flaschen edlen Stäfner Weins **

GEWINNER DES LETZTEN WETTBEWRBES SIND:

- Pia B. aus Oetwil am See
- Rita G. aus Bern
- Jürg L. aus Salez
- Hanny L. aus Salez

SCORE Marketing
Analysieren.Planen.Umsetzen.

Dorfstrasse 2
CH - 8712 Stäfa

Telefon +41 1 928 32 00
Fax +41 1 928 32 01

E-Mail <mailto:chportmann@ScoreMarketing.ch>
Internet <http://www.ScoreMarketing.ch>
