

Postwurfspezial - Erfolg ohne eigene Adresse

Die Versendung nach Postwurfspezial ermöglicht es Ihnen, potentielle Kunden anzuschreiben, die Sie selbst anhand von Auswahlkriterien (z.B. Kaufkraft, Wohnsituation, Konsumschwerpunkte) bestimmen, Bundesweit oder auch Regional. Per Teiladressierung finden Ihre Werbesendungen zu Ihren neuen Kunden, zum Beispiel: „An die Bewohner des Hauses, Musterstr. 1, 12345 Musterdorf“. Die Ansprache Ihrer Kunden können Sie natürlich an Ihr Produkt anpassen (z.B. „An alle Sammler“)

Vorteile für Sie:

- keine eigene Kunden-Datenbank notwendig
- Werbeverweigerer werden nicht beliefert
- gezielte Ansprache von Wunschkunden
- Ihr Angebot landet durch Ihre Vorabselektion z.B. genau dort, wo kaufkräftiges Interesse vorhanden ist
- verbesserte Rücklaufquoten und dadurch schnelleres Wachstum Ihrer Kundendatenbank
- vorhandene Werbe-Ressourcen sinnvoller einsetzen

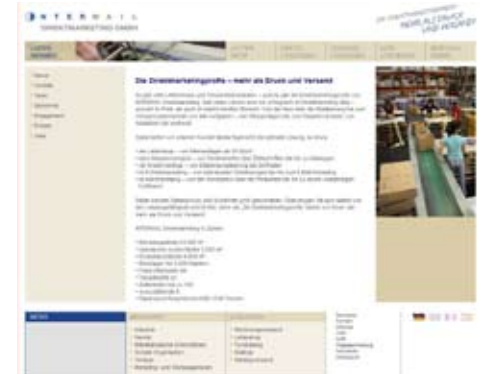
Wir sind für die Abwicklung Postwurfspezial durch die Deutsche Post AG zertifiziert und beraten Sie gerne in den weiteren Details der Versendung. Gerne informieren wir Sie auch über die verschiedenen Varianten von Postwurfspezial, mit denen sich Ihre Wünsche möglicherweise noch genauer realisieren lassen. Zum Beispiel können Sie mit Postwurfspezial Plus die Nachbarschaft Ihrer bereits bestehenden Kunden anschreiben; gleiche Wohngegend lässt auf gleiche Kaufkraft schließen.

Neuer INTERMAIL Webauftritt - schneller zur richtigen Information

Im völlig neuen Gewand präsentiert sich die INTERMAIL Direktmarketing GmbH ab sofort im Internet.

Zielgruppenspezifische Bereiche, übersichtlicher Zugang zu reichhaltigen Informationen, Menschen die tagtäglich Ihre Aufträge bearbeiten - sowie ein neues Design sehen Sie unter:

www.die-direktmarketingprofis.de oder www.inter-mail.biz



Lassen Sie Ihre Kundenzeitschrift ins Auge stechen!

Durchscheinende Werbepräsenz durch Folie!

Immer mehr Kunden lassen ihre Magazine, Prospekte, Broschüren, Zeitschriften oder Mailings vor dem Postversand durch Intermail einschweißen. Durch die Transparenz der Folieneinschweißung erhalten diese eine durchscheinende Werbepräsenz. Und das Kommunikations-Medium wird optimal geschützt und gelangt sicher verpackt zum Kunden. Sprechen Sie uns an, wir zeigen Ihnen gerne Muster.

Neue Folienmaschine von BVM am Start

Im April 2009 haben wir ein neues Folieneinschweißsystem der Firma BVM in die Produktion integriert. Mit dieser Maschine lassen sich auch übergroße Formate oder 3D Beilagen zusammen mit Zeitschriften oder Magazine einschweißen, maximal bis zu 11 Beilagen. Neben der standardmäßigen PE Folie können wir auch auf dieser Anlage hochglänzende, hochtransparente Polyolefin Feinschrumpffolien zum Einsatz bringen. Ihre Drucksachen erscheinen in einem neuen Outfit und sind geschützt

beim Versand zu Ihren Kunden.

Im Gegensatz zur Polyethylen Folie benötigen Sie von der Folienstärke deutlich weniger Material, was auch gleichzeitig gut für die Umwelt ist. Eine herkömmliche PE Folie benötigt mindestens 25 my, eine Polyolefin Feinschrumpffolie lediglich 15 my um die gleiche Reißfestigkeit zu gewährleisten. Feinschrumpffolien aus Polyolefin werden zudem meist im Bereich Lebensmittel eingesetzt.

Übrigens sind alle unsere Folien absolut frei von Schadstoffen nach der REACH-Verordnung der Europäischen Union.

Gerne liefern wir Ihnen, mit Ihrem Originalprodukt, ein paar Probemuster. Wir würden Sie auch gerne zur Präsentation der neuen Anlage in unserer Produktionsstätte nach Griesheim einladen. Bitte rufen Sie uns an und vereinbaren Sie einen Besuchstermin bei INTERMAIL Direktmarketing.

INTERMAIL und Datenschutz, ein sensibles Thema

Hochsensible Daten für Städte, Gemeinden, Energieversorger und Verbände – Tendenz steigend, werden bei INTERMAIL verarbeitet. Unsere Kunden brauchen sich um ihre Daten keine Sorgen machen: Sicherheit und Datenschutz werden bei INTERMAIL intensiv gelebt. Unsere eigenen Sicherheitsvorschriften sind schärfer als es das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) vorschreibt. Wir unternehmen alles, damit ihre sensiblen Kundeninformationen nicht in falsche Hände gelangen. So ist etwa unser komplettes Gebäude kameraüberwacht und für die Räume der EDV-Abteilung gibt es eine spezielle Zugangskontrolle.

Jeder Mitarbeiter verfügt über einen elektronischen „Schlüssel“, der seine Zugangsrechte verwaltet. Der Datenserver ist in einem eigens dafür gebauten vollklimatisierten Bereich untergebracht. Unsere separaten Backupserver sind durch interne Systeme gesichert und halten selbst einem Feuer- oder Wasserschaden stand. Eine Monitoring Software verfolgt den Eingang Ihrer Daten bis zur Verarbeitung an den Maschinen. Dabei wird jeder Mitarbeiter auf Zugriffsrechte überprüft und der Zugriff dokumentiert. Regelmäßige Unterweisungen im Datenschutz für die Mitarbeiter sind selbstverständlich. Ein externer Datenschutzbeauftragter überprüft regelmäßig alle Systeme auf Funktion und sucht mögliche Lücken im System.

Auch bei der Produktion wird auf Datensicherheit geachtet. Spezielle technische Lösungen garantieren dafür, dass etwa das richtige Schreiben an den richtigen Adressaten geschickt wird. Die hohen Sicherheitsstandards überzeugen namhafte Kunden, die ihren Rechnungsversand sowie ihre Transaktionspost über INTERMAIL Direktmarketing abwickeln. Dafür wurden wir mehrfach zertifiziert:

- American Express zertifiziert
- High Performance Partner der Deutschen Post AG
- DDV Leistungssiegel
- zertifiziert für Premiumadress der Deutschen Post AG



Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes

Ab dem 1. September 2009 muss im Dialogmarketing eines Unternehmens beurteilt werden, ob für eine Werbeaktion bei Verbrauchern (für eine Anreicherung, eine Selektion, ein Anschreiben) eine vorherige Einwilligung erforderlich ist oder nicht. Die Vorschriften sind hier für die Unternehmen verschärft worden.

Bisher konnten Informationen über Personen auch ohne Opt-in (Einwilligung) verarbeitet werden. Heute muss nach den Verschärfungen im Zweifel eine Einwilligung des Beworbenen vorliegen. Doch die vielen rechtlichen Ausnahmen machen die Ausnahmen zur Regeln. Der folgende Beitrag zeigt Ihnen ein Fazit:

Fazit

- Die Verarbeitung von Verbraucherdaten für Werbezwecke wird ab dem 1. September 2009 verschärft. Für bestehende Datenbestände gilt das alte Recht bis 2012 weiter.
- Die Einwilligung wird in der Praxis nicht zur Regel werden. Der Gesetzgeber hat den berechtigten Interessen der Wirtschaft Ausnahmen zur Verfügung gestellt.
- Auch mit Fremddaten (Daten von anderen Unternehmen oder Adressverlagen) kann ohne Einwilligung postalisch geworben werden, wenn die Herkunft der Adresse angegeben wird.
- Die Art dieser Herkunftsangabe darf die Geheimhaltungsinteressen des Beworbenen nicht verletzen.
- Bei Einschaltung von Dienstleistern, gerade im Direktmarketing, sind erhöhte Anforderungen einzuhalten.



Nach den Mailingtagen 2009 in Nürnberg oder „wann macht Sie ein Mailing glücklich?“

Die INTERMAIL und das Messteam, bestehend aus Bernd Sauer und Bert Bernhardt, konnte viele interessante Gespräche führen und neue Kontakte knüpfen.

Unsere Standbesucher hatten die Möglichkeit, sich fotografieren zu lassen. Das kleine Fotoalbum mit dem persönlichen Erinnerungsfotos und der Sammlung aller Antworten auf unsere Frage: „Wann macht Sie ein Mailing glücklich?“ wurde im Zuge der Messenachbereitung zugesendet.

Weitere Messefotos finden Sie auf unserer Webseite unter Aktuelles.

Unser nächster Messeauftritt: Mail Order World in Wiesbaden

Die Messe mit dem angeschlossenen Versandhandelskongress ist der Business-Treff für das gesamte Dienstleister- und Lieferanten Spektrum „rund um Katalog-Business, Direct Marketing und Direct Sales“. In diesem Jahr beteiligt sich die Intermail und zeigt ihre Möglichkeiten rund um den Katalog und Mailingversand. Sie finden uns an den beiden Messtagen, 30. September und 1. Oktober 2009, Halle 9 Stand Nr. 913 in den Rhein-Main Hallen in Wiesbaden.

Wir freuen uns Sie an unserem Messestand begrüßen zu dürfen und schicken Ihnen gerne eine kostenlose Eintrittskarte zu – rufen Sie uns einfach an.

