

# DM-Consigli

## 10 consigli per l'impiego di mailing come incentivo



**Quasi nessuno riesce a resistere alla tentazione di aprire una busta, che, ben percepibile al tatto, non contiene solo carta. Ci si garantisce una maggior attenzione da parte del destinatario. E in caso di prestazioni di mercato interscambiabili può essere l'ago della bilancia. Perché il suo effetto sia ottimale, l'incentivo deve essere scrupolosamente adattato all'azienda, al prodotto, al messaggio e al target. Leggete in merito i 10 consigli che vi proponiamo.**

### **1. Adattate l'incentivo all'obiettivo pubblicitario.**

Qual è l'obiettivo principale della vostra campagna? Se il vostro mailing deve portare innanzitutto ordinazioni, è necessario prendere in considerazione uno sconto, un regalo destinato a chi mostra maggior tempestività nella risposta o un'estrazione con premi allettanti. Se desiderate aumentare la notorietà, un articolo pubblicitario con la stampa del logo provvede a creare l'effetto-memoria desiderato. I campioni di merce e i buoni sono ideali per far conoscere le novità e generare i primi acquisti.

### **2. Scegliete un incentivo che incontri il favore del vostro target.**

Studi mostrano che gli omaggi sono graditi da ogni fascia sociale. La loro scelta risulta comunque critica. L'omaggio o i premi di un'estrazione devono essere adeguati al target, sensati e utili. In caso di concorsi a premi, il grado di difficoltà non può essere particolarmente elevato per il target, ma nemmeno valutato troppo semplice.

### **3. Impiegate solo incentivi che si addicano all'immagine della vostra azienda.**

Fate attenzione che gli omaggi non siano inutili o scadenti! Incentivi con un valore aggiunto datogli da un carattere informativo, come nel caso delle cartoline lenticolari del WWF, o da una particolare utilità, come nel caso del telo salvavita della CRS, influiscono positivamente sull'immagine aziendale. Gli sconti conferiscono subito all'offerta una natura di economico, e questo non si addice a tutte le aziende e le marche.

### **4. Più efficacia al vostro messaggio grazie all'incentivo.**

L'incentivo deve essere in sintonia con il prodotto pubblicizzato e un supporto al messaggio. Idealmente, incentivo, immagine e headline (messaggio) costituiscono un insieme armonico.

### **5. Fatevi venire in mente qualcosa.**

Ma non a tutti i costi! Con un'idea creativa potete aumentare ulteriormente l'attenzione e rafforzare l'effetto del vostro mailing.

### **6. Valutate le giuste dosi.**

Scegliete solo uno o al massimo due incentivi. Due incentivi avranno senso solo se si completano l'uno con l'altro, come per esempio una campionatura con un concorso sui prodotti pubblicizzati.

### **7. Verificate l'idoneità alla spedizione.**

Regola fondamentale: più delicato è il contenuto, più costoso è l'imballaggio e il trattamento nel lettershop. E: meglio nessun omaggio che un omaggio difettoso. Perciò, fatevi consigliare dal vostro lettershop e chiedete prima informazioni sui costi.

### **8. Tenete in considerazione le disposizioni postali.**

È possibile spedire (quasi) tutto. Tuttavia, se vengono superate le dimensioni standard e il peso massimo, si devono aggiungere dei costi supplementari. In caso di distribuzione non indirizzata i limiti sono posti dalle dimensioni della cassetta delle lettere. Verificate in ogni caso la recapitabilità e i costi di invii in 3-D.

### **9. Fate i conti.**

Considerando i costi pubblicitari, calcolate quante ordinazioni dovrebbero seguire per poter ottenere un guadagno. Valutate se queste cifre sono realistiche, potrete così decidere se vale la pena portare avanti questo investimento.

### **10. Sfruttate le conoscenze e l'esperienza di esperti.**

Qualora siate insicuri nella scelta dell'incentivo, rivolgetevi a esperti come un consulente nel campo degli articoli pubblicitari dell'associazione Promoswiss, la vostra agenzia pubblicitaria o un consulente DM della Posta.

La Posta Svizzera  
PostMail  
Marketing diretto  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berna

Telefono 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.posta.ch/directpoint](http://www.posta.ch/directpoint)