

DM-Consigli

Messaggi DM chiari



Chi vuole dire troppe cose in una volta non viene capito. Questo vale in particolare nel Direct Marketing. In questo settore infatti il rischio di appesantire di informazioni il mezzo pubblicitario è molto alto.

"Mi serve?" è una delle prime domande che si pone chi riceve un messaggio pubblicitario. Se la risposta è immediata e il vantaggio evidente aumentano le possibilità che il (potenziale) cliente si interessi all'offerta.

Nonostante ciò le imprese spesso riempiono le loro pubblicità con troppe informazioni. Nella maggior parte dei casi tuttavia "poco è meglio", perché, con la crescente mole di informazioni, la capacità ricettiva del consumatore diminuisce.

Ecco qualche suggerimento per creare un messaggio semplice:

1. decidete un **obiettivo primario** dell'azione. Potete definirne anche altri, ma svolgeranno un ruolo secondario nella preparazione dell'offerta e del messaggio.
2. Create il **mix dell'offerta** (offerta di base o sostitutiva e rafforzatori dell'offerta e/o della risposta). L'importante è tenere in considerazione l'obiettivo primario e il gruppo target.
3. Comunicate i **vantaggi** dell'offerta.
4. Tra questi ricavate il **vantaggio principale** per il target specifico.
5. Sottolineate con forza il vantaggio principale attraverso **un'idea centrale** oppure ricavando un **messaggio principale** verbale

Nel mezzo pubblicitario potete anche tematizzare gli ulteriori vantaggi che l'offerta ha per il gruppo target. Il vantaggio principale tuttavia costituisce il punto centrale dell'azione e testo e struttura lo devono mettere in primo piano.

Trovate altre informazioni per la creazione di un'azione DM in DirectExpert e nelle nostre liste di controllo da scaricare.

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.posta.ch/directpoint.

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint