

# DM-Consigli

come rendere allettanti le vostre buste



**La busta non è un semplice imballaggio. Se la vostra splendida offerta si perde in una busta anonima, è probabile che non vedrà più la luce del sole. La busta non solo può accrescere la percentuale delle risposte, ma può influenzare notevolmente i costi del vostro mailing. Con i nostri consigli vi aiutiamo a creare i presupposti ottimali per realizzare il vostro mailing e contenere le spese.**

### **Consigli per ottenere quote elevate di apertura e di risposta del mailing**

- **Scegliere la carta giusta.** La carta deve essere facilmente stampabile, resistente e stabile, affinché la busta arrivi nella cassetta delle lettere del destinatario in buone condizioni e sia quindi allettante. Ricordate che la busta e il suo contenuto devono avere la stessa tonalità di bianco, altrimenti la carta più scura sembra sporca. Consiglio: per le piccole tirature, in cui i costi aggiuntivi non incidono eccessivamente, o per gli articoli di lusso, potete scegliere anche un tipo di carta che risalta molto. Da non sottovalutare anche l'aspetto tattile, la sensazione che si prova toccando la carta. Oppure perché non osare anche con i colori?
- **Stupire con un formato particolare.** Superate i limiti dei formati tradizionali e vedrete come il vostro mailing si distinguerà dal resto della corrispondenza, senza incidere ulteriormente sui costi di spedizione. Anche i mailing quadrati o addirittura rotondi catturano l'attenzione! Ricordate che è possibile realizzare e inviare (quasi) tutto. L'importante è rispettare questo principio: quanto più grande è il mailing, tanto maggiore sarà l'attenzione. A proposito: il contenuto deve essere di almeno 5 mm più basso e 10 mm più stretto rispetto alla busta, per garantire un'imbustazione ineccepibile.
- **Suscitare curiosità con un testo.** Presentate brevemente il vantaggio principale della vostra offerta già sulla busta. Ad esempio con una frase del tipo «Voglia di vacanze?». Anche earlybird e concorsi sono indicati per invogliare il lettore ad aprire il mailing. La regola valida per tutti i testi è: meno vuol dire di più; quindi non anticipate troppo sulla busta.
- **Scegliere materiali insoliti.** Non bisogna per forza utilizzare della carta! Per i CD ad esempio esiste uno speciale materiale resistente e impermeabile. Altri possibili materiali per le vostre buste sono le pellicole metallizzate o il cartone.
- **Stampare la linguetta della busta.** Essendo legato alla fase di apertura, al retro della busta, e in particolare alla linguetta, il destinatario dedica maggiore attenzione rispetto al lato anteriore. Perché non stampare allora sulla linguetta il vostro logo, uno slogan pubblicitario o addirittura il nome del destinatario?
- **Stampare il retro della busta.** Le disposizioni di presentazione degli invii, in particolare per le buste fino al formato B5, lasciano poco spazio per la pubblicità sul lato anteriore. Viceversa il retro della busta non è vincolato da particolari disposizioni. Che ne direste di una stampa su tutta la superficie? La busta si può chiudere anche verso l'esterno, facilitando in questo modo la stampa.
- **Stampare l'interno della busta.** La stampa all'interno può svolgere due funzioni: aumentare il grado di opacità o fare pubblicità. In quest'ultimo caso è importante che la carta abbia di per sé un buon grado di opacità, affinché la stampa non risulti visibile. Ricordate: è possibile una stampa interna personalizzata solo se la busta non è preconfezionata.
- **Finestre e perforazioni per l'apertura insolite.** Le finestre rotonde o a forma di occhio o nuvola attirano l'attenzione del destinatario: è garantito! E inoltre le perforazioni per l'apertura diverse dalla solita linguetta stimolano l'istinto al gioco del destinatario.
- **Indirizzo ineccepibile.** È una priorità assoluta! A proposito: le buste a finestra appaiono più pregiate rispetto alle buste con l'indirizzo stampato.
- **Affrancare con attenzione.** Il francobollo giusto accresce il valore del vostro mailing; inoltre un'affrancatura P.P. personalizzata è in linea con l'offerta: sfruttate queste possibilità!

### **Consigli per contenere le spese**

- **Calcolare la grammatura.** Quanto più grande è la busta e tanto maggiore deve essere la grammatura della carta per garantire una buona stabilità della stessa. Grazie a questa formula potrete calcolare in anticipo il peso del mailing e ottimizzare le spese di spedizione:

lunghezza in cm x larghezza in cm x 2,5 x grammatura in g/m<sup>2</sup>

-----  
10000

- **La carta Premium non ha bisogno di nient'altro.** Spesso la carta Premium non ha bisogno di essere stampata a 4 colori, poiché, grazie alla sua struttura, si fa già notare, trasmette un certo valore e invita all'apertura della busta.
- **Scegliere la tecnica di stampa più adatta.** Per le piccole tirature o quando vanno stampate superfici di piccole dimensioni, è adatta la stampa offset successiva. Si tratta di una tecnica più economica rispetto alla stampa offset rotativa e su foglio offset ed è particolarmente indicata quando sulla busta vogliamo inserire solamente il logo, i dati del mittente e un breve testo. Un'altra conveniente alternativa è la stampa flessografica: le buste in questo caso vengono direttamente stampate dalla macchina durante la loro produzione. Tuttavia i colori perdono leggermente in luminosità.
- **Definire la struttura, la carta e la stampa a seconda del target.** Nei mailing Business-to-Business non sempre vale la pena produrre delle buste costose. Infatti nelle aziende di medie e grandi dimensioni i destinatari ricevono spesso i mailing con la posta interna e già aperti. Consiglio: se nell'indirizzo stampate anche il nome del destinatario, la busta non dovrebbe essere aperta dalla segreteria.
- **Rispettare le disposizioni.** Si può inviare quasi tutto: l'unico limite può essere dato dal prezzo. Se state pensando a una carta stravagante o colorata, ad un formato speciale o ad un sistema di chiusura insolito, affidate la vostra busta al consulente della Posta, in particolare per le grandi tirature.

**Consiglio extra:** fate attenzione che la struttura, la carta e la qualità di stampa della busta siano adeguate al livello qualitativo della vostra offerta. La busta è un biglietto da visita della vostra azienda!

Per ulteriori informazioni visitate il sito [www.posta.ch/directpoint](http://www.posta.ch/directpoint).

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)