

DM-Consigli

Come individuare il momento giusto



Raggiungere la vostra persona target con l'offerta adatta nel momento ottimale non è per niente facile. E a volte si tratta anche di un pizzico di fortuna. I nostri consigli vi mostreranno come aiutare un po' questa fortuna.

Nei seguenti consigli partiamo dal presupposto che l'offerta di base – e non il mix di offerte con rafforzatori od offerte sostitutive come inviti a fiere ecc. – sia già fissata. Ci concentriamo quindi sulla determinazione del target adatto, del mix di offerta opportuno e del momento ottimale.

Consigli per la scelta del target

- Pensate a quando e a quali persone/aziende potrebbero avere una necessità. Per fare ciò calatevi nella situazione delle persone target.
- A seconda della problematica e dell'ammontare del budget, per determinare il target vale eventualmente la pena commissionare un'indagine di mercato.
- Fatevi consigliare dai vostri specialisti di indirizzi. Forse ci sono (nuovi) criteri di selezione che rivelano un eventuale bisogno.

Consigli per la scelta del momento

- Analizzate i dati dei clienti dalla vostra banca dati: in quali intervalli di tempo i clienti hanno fatto acquisti? Quali clienti hanno comprato qualcosa e in quale momento? Si possono individuare dei modelli?
- Fate delle domande ai vostri clienti! Per esempio con un breve questionario (ev. con delle possibilità di vincita per i partecipanti). Domande possibili: quando è stata l'ultima volta in cui avete deciso di acquistare un televisore nuovo? Qual è stata la molla che ha fatto scattare la decisione? Chi vi ha influenzato nella decisione?
- Per i target B2B prendete in considerazione i processi decisionali interni. In caso di investimenti di una certa entità i processi sono più lunghi e difficili.
- Accertatevi se durante la definizione del momento di recapito o di spedizione dovete prendere in considerazione uno o più fattori d'influenza dell'articolo precedente. Esempi: periodi di vacanza, date di fiere, attività della concorrenza ecc.

Consigli per la composizione del mix di offerte per la vostra campagna DM

- In fase di definizione del mix di offerte prendete in considerazione la situazione del vostro target: prima devono essere messe in rilievo offerte di consulenza? Oppure è meglio offrire incentivi per giungere al vostro scopo come garanzie, regali aggiuntivi ecc.?
- Valutate se un mailing attuabile in varie fasi vi porta a raggiungere con sicurezza il vostro obiettivo. Esempio: 1° invito per una degustazione. 2° offerta speciale per appassionati di vini cileni.

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