

DM-Consigli come noleggiare gli indirizzari



L'acquisizione di nuovi clienti è un tema ricorrente per la maggior parte delle aziende. Una delle possibilità per garantire o aumentare il contingente dei clienti consiste nel ricorrere a indirizzi di altre aziende. Questa soluzione risulta molto promettente soprattutto quando il gruppo target è simile oppure se l'offerta è complementare.

Grazie a delle liste selezionate con cura potrete ottenere un'ottima percentuale di risposte. Infatti in questo modo i principali criteri di selezione non sono i dati anagrafici, quali età, il luogo di residenza, ecc. bensì il comportamento d'acquisto. Purtroppo non in tutti i settori possono essere noleggiate delle liste. La maggior parte delle liste di indirizzi disponibili provengono da ditte di vendita per corrispondenza o editori di riviste. Le liste di indirizzi di aziende sono meno diffuse.

Esempi pratici

Di seguito riportiamo due esempi nei quali il noleggio di indirizzi promette un buon successo:

- Volete effettuare la vendita diretta delle vostre specialità gastronomiche. Il vostro gruppo target è formato da donne piuttosto di una certa età provenienti dalle zone rurali. Una ditta di vendita di abbigliamento per corrispondenza presenta un gruppo target simile; inoltre i suoi clienti sono abituati a ordinare per posta.
- Commercializzate prodotti a base di alghe marine per la cura del corpo. È probabile che i clienti di un hotel wellness abbiano un'alta affinità con i vostri prodotti.

Fasi operative per il noleggio di indirizzi	Responsabile BI = broker di indirizzi C = committente	Numero giorni lavorativi	
		per fase	cumulati
Valutare il broker di indirizzi (fonti: International AddressGuide o www.koe.ch)	C	5	5
Scrivere al broker di indirizzi e definire i seguenti punti: - Gruppo target richiesto (descritto nel modo più preciso possibile) - Tiratura netta richiesta - Numero delle diverse liste - Preferenze circa le liste - Comportamento d'acquisto: data dell'ultimo acquisto o intensità di acquisto (non tutti i proprietari di liste offrono questo criterio) - Integrazione con liste test per ulteriori azioni sì/no - Utilizzo di indirizzi propri sì/no - Confronto sì/no (se vengono utilizzate più liste, ad es. una propria e una di terzi vale sempre la pena fare un confronto) - Confronto con indirizzi "Nixi" (non validi) e "Robinson" (indirizzi di persone che non desiderano più ricevere pubblicità) - Budget per il noleggio degli indirizzi - Forma di consegna - Termine di consegna	C	1	6
Il broker di indirizzi cerca degli indirizzi adeguati e vi sottopone la sua offerta.	BI	3	9

<p>Verificare le proposte. Controllare i seguenti punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il profilo richiesto e il profilo della lista coincidono? Ev. richiedere materiale pubblicitario del proprietario degli indirizzi per verificare se l'offerta e la struttura del gruppo target richiesto coincidono. - Con quale frequenza sono stati utilizzati gli indirizzi? - Qual è la quota di risposte ottenuta in passato? - Gli indirizzi sono ben curati e aggiornati? - In base alle precedenti esperienze che quota di risposte si prevede? - Qual è la formattazione dei dati? È possibile un confronto ad es. con i propri indirizzi? In base alla struttura dei dati è possibile una spartizione dei file dei fattorini? - Qual è la modalità di conteggio (importante nel caso vengano confrontate fra loro diverse liste e si prevede una forte sovrapposizione)? Esempio: viene conteggiato almeno il 80 % degli indirizzi, indipendentemente dal numero di indirizzi eliminati in seguito al confronto. - A quanto ammonta il prezzo? - A quanto ammontano i costi di acquisto? 	C	2	1 1
Il broker di indirizzi risponde alle vostre domande e se necessario vi spedisce un mailing modello del proprietario delle liste	BI	2	1 3
Ev. richiedere una nuova selezione di liste	C	2	1 5
Il broker di indirizzi cerca nuovamente le liste adeguate e vi sottopone un'offerta	BI	3	1 8
Verificare le nuove liste proposte	C	2	2 0
Il broker di indirizzi risponde alle vostre ulteriori domande	BI	2	2 2
Ordinare le liste	C	2	2 4
<p>Far eseguire il confronto. Definire i seguenti punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzare una lista negativa Nixi sì/no - Utilizzare una lista negativa Robinson sì/no - Priorità nel confronto (esempio: gli indirizzi propri hanno priorità 1 e risultano invariati anche dopo il confronto. La lista che presenta la modalità di conteggio più alta avrà priorità 2, ecc.) - Codici pubblicitari - Spartizione file dei fattorini sì/no - Richieste relative al formato di emissione - Indicazioni sulla preparazione dei dati (definire i campi) 	C	2 (parallelam.)	2 4

Il broker di indirizzi reperisce gli indirizzi	BI	10	3 4
Preparare e spedire i propri indirizzi (in caso di confronto)	C	10 (parallelam.)	3 4
Il broker di indirizzi esegue il confronto	BI	8	4 2
Il broker di indirizzi spedisce gli indirizzi	BI	1	4 3

I tempi indicati sono piuttosto ristretti.

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