

Direktwerbung für bessere Geschäftsergebnisse

pitneybowes.com/de

Unternehmen sind sich heutzutage einig: Direktwerbung bleibt weiterhin ein wichtiger Faktor bei der Kundengewinnung und -bindung.



73 %

der Verbraucher bevorzugen Direktwerbung.

Quelle: Epsilon Channel Preference for Mobile and Non-Mobile

30x 

Direktwerbung sorgt für eine höhere Rücklaufquote als E-Mails.

Quelle: Interquest Digital Direct Mail Printing in Nordamerika

Direktwerbung erzielt im Vergleich zu anderen Kommunikationsmitteln den höchsten ROI im B2C-Marketing.

Quelle: Target Marketing

31 % bei der Gewinnung

38 % bei der Bindung

Erhöhen Sie die Rücklaufquote, indem Sie Ihre Mailings farbenfroher, interaktiver und ansprechender gestalten.



65 %

der Werbeempfänger, die Direktwerbung erhielten, haben einen Kauf getätigt bzw. auf die Werbung reagiert.

Quelle: Exact Target



69 %

der Werbeempfänger öffnen vorzugsweise eine Sendung mit farbigem Text und einer Grafik auf der Vorderseite anstelle von Sendungen, die keine Überschrift oder Grafik enthalten.

Quelle: Studie zur Postöffnungsrate von Leflein Associates



45 %

höhere Reaktionsrate, wenn gedruckte Werbemittel mit Web-Marketing, E-Mailings und Mobile Marketing-Aktivitäten kombiniert werden.

Quelle: InfoTrends; Understanding Vertical Markets: Enterprise Communication Requirements

Direktwerbung gestaltet sich heutzutage komplexer. Hier sind einige Tipps, mit denen Sie die Kosten senken und gleichzeitig einen höheren ROI erzielen können.

Erhöhen Sie die Rücklaufquote, indem Sie physische und digitale Medien miteinander verknüpfen.



Bis zu: 20 %

Sparen Sie bei den Portokosten mithilfe von automatischer Vorsortierung.

Steuern Sie die Terminierung und Nachverfolgung von Sendungen.

Sparen Sie, indem Sie mit digitalem Inline-Farbdruck Farben hinzufügen und Ihre Werbung personalisieren.

Dank Lösungen mit hoher Integrität von Pitney Bowes können Sie die Genauigkeit Ihrer Inhalte und die Personalisierung sicherstellen.



51 %

der US-amerikanischen Verbraucher schenken Werbung per Post mehr Aufmerksamkeit als Werbung per E-Mail.

Quelle: customerthink.com

Weitere Informationen finden Sie online unter pitneybowes.com/de