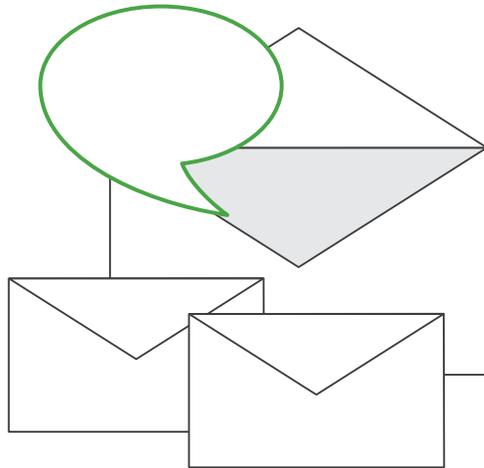




MEDIA SALES



CHECKLISTE: ADRESSENVERMARKTUNG



Postadressen



Beilagen



E-Mail



Telefon



SMS



CP-Titel



Kooperationen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

Sehr geehrte Damen und Herren,

um Ihre Adressen erfolgreich vermarkten zu können, ist es für uns wichtig, Ihren Adressenbestand detailliert kennen zu lernen. Wir möchten Sie daher bitten, die Checkliste möglichst vollständig auszufüllen und uns damit alle vermarktungsrelevanten Fragen zu beantworten bzw. zusätzliches Informationsmaterial beizulegen.

Sollten Sie Fragen zu den einzelnen Punkten haben, stehen Ihnen unsere Kolleginnen aus dem Bereich Media Sales jederzeit telefonisch zur Verfügung:

Denise Wiechern	T 040 / 46 88 58 - 20	dw@dialoghaus.com
Mandy Oberthür	T 040 / 46 88 58 - 18	mo@dialoghaus.com
Mark Bergmann	T 040 / 46 88 58 - 30	mb@dialoghaus.com
	F 040 / 46 88 58 - 25	

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

BASIS-INFORMATIONEN

Listname _____

Kurzbeschreibung (z.B. Versender von Haushaltswaren)

Bitte beschreiben Sie hier Ihr Unternehmen und die Produkte/Dienstleistungen, die Sie vertreiben (alternativ fügen Sie bitte eine Unternehmensbroschüre bei):

Unter welcher/welchen website(s) ist Ihr Unternehmen/Angebot zu finden:

www. _____





ZIELGRUPPEN-INFORMATIONEN

MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

A. Sex-Code

Privatadressen _____ %, davon _____ % männlich,
_____ % weiblich

Firmenadressen _____ %, davon _____ % mit Ansprechpartner

B. Alter

Altersspanne von _____ bis _____ Jahre

Altersschwerpunkt von _____ bis _____ Jahre

Sollten Sie eine detailliertere Alters-Statistik vorliegen haben, fügen Sie diese bitte bei.

C. Kaufkraft

niedrig

niedrig – mittel

mittel

mittel – gehoben

gehoben

gehoben – hoch

hoch

Wie hoch ist das durchschnittliche Haushalts-Nettoeinkommen Ihrer Kunden?

_____ €

Sollten Sie über eine detailliertere Kaufkraft-Statistik verfügen, legen Sie diese bitte bei.

D. Einstellung der Kunden

bildungsorientiert

kulturell interessiert

designorientiert

naturverbunden

early adopters

ökologisch/umweltbewusst

freizeitaktiv

reisefreudig

gewinnspielaffin

religiös

karitativ/sozial

konservativ

Sonstige _____



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

E. Kaufverhalten der Kunden

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Abonnenten | <input type="checkbox"/> Informationsanforderer |
| <input type="checkbox"/> Telefonreagierer | <input type="checkbox"/> Internetreagierer |
| <input type="checkbox"/> DRTV Käufer | <input type="checkbox"/> Ladenkäufer |
| <input type="checkbox"/> Postkäufer | <input type="checkbox"/> Gewinnspielteilnehmer |
| <input type="checkbox"/> Produktkauf nach Heimvorführung | |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges _____ | |
-

F. Sozio-Demografie

- | | | |
|-----------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Familien | <input type="checkbox"/> Studenten | <input type="checkbox"/> Singles/Alleinstehende |
| <input type="checkbox"/> Senioren | <input type="checkbox"/> Sonstige _____ | |
-

G. Auftragswert

Wie hoch ist der durchschnittliche Auftragswert pro Bestellung?

H. Ansprechpartner (nur bei Firmen-Zielgruppe)

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Führungsebene | <input type="checkbox"/> GF/Vorstand | |
| <input type="checkbox"/> 2. Führungsebene | <input type="checkbox"/> Abteilungsleiter | <input type="checkbox"/> T-Leiter |
| <input type="checkbox"/> Vertriebsleiter | <input type="checkbox"/> Einkaufsleiter | <input type="checkbox"/> Personalleiter |
| <input type="checkbox"/> Leiter F&E | <input type="checkbox"/> Leiter Rechnungswesen | <input type="checkbox"/> Marketingleiter |
| <input type="checkbox"/> Versandleiter | <input type="checkbox"/> Fuhrparkleiter | <input type="checkbox"/> Technischer Leiter |
| <input type="checkbox"/> SekretärIN | <input type="checkbox"/> Außendienstmitarbeiter | |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges _____ | | |

Bitte legen Sie evtl. vorliegende Zählungen nach Ansprechpartner bei.



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

ADRESSEN-INFORMATIONEN

A. Anzahl der postalischen Adressen

Gesamtbestand _____ Adressen

> davon Kunden _____ Adressen

• davon Kunden lt. 6 Monate _____ Adressen

• davon Kunden lt. 7-12 Monate _____ Adressen

> davon Interessenten _____ Adressen

• davon Interessenten lt. 6 Monate _____ Adressen

• davon Interessenten lt. 7-12 Monate _____ Adressen

B. Selektionsmerkmale

	Alle Adressen	Teilbestand
<input type="checkbox"/> Echtalter/Geburtsjahr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Aktualität/Kaufzeitpunkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Einfachkäufer/Mehrfachkäufer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Zahlungsmodalitäten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ratenzahler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Produktgruppen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ja, welche?		

<input type="checkbox"/> Sonstige		
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sofern vorhanden, legen Sie bitte Zählungen nach Selektionsmerkmalen bei.



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

C. Adressgewinnung

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Anzeigen | <input type="checkbox"/> Außendienst | |
| <input type="checkbox"/> Paketbeilagen | <input type="checkbox"/> Beilagen/Magazine | |
| <input type="checkbox"/> Marktforschung | <input type="checkbox"/> Mailings | |
| <input type="checkbox"/> Haushaltswerbung | <input type="checkbox"/> Freundschaftswerbung | <input type="checkbox"/> Gewinnspiele |
| <input type="checkbox"/> Coupon-Kataloge | <input type="checkbox"/> Radio-Spots | <input type="checkbox"/> Postwurfsendung |
| <input type="checkbox"/> Telemarketing | <input type="checkbox"/> Affiliate Marketing | <input type="checkbox"/> Online-Media |
| <input type="checkbox"/> Suchmaschinen-Marketing | <input type="checkbox"/> E-Mail Marketing | <input type="checkbox"/> Gewinnspielsponsoring |
| <input type="checkbox"/> Co-Registrierung | | |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges _____ | | |
-

D. PLZ/Länder-Verteilung

- Deutschland bundesweit
- regionale Schwerpunkte _____
- _____
- Ausland/weitere Länder _____
- _____
-

E. Adresspflege

- Eigenwerbung _____ x pro Jahr Welche: _____
- _____
- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Dublettenabgleich | <input type="checkbox"/> Postalische Aktualisierung | <input type="checkbox"/> Umzugsabgleich |
| <input type="checkbox"/> Bonitätsprüfung | <input type="checkbox"/> Nixies/Sperrlisten | <input type="checkbox"/> Robinsonliste |
| <input type="checkbox"/> Positivabgleich | <input type="checkbox"/> Sonstige _____ | |
-



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

VERMARKTUNGS-INFORMATIONEN

A. Verwaltung der Daten

Möchten Sie Ihren Vermietbestand bei Dialoghaus hosten?

Ja Nein

Stimmen Sie einer Bestandsauswertung (Alter, Kaufkraft etc.) zu?

Ja Nein

B. Adressenpreise

Gesamtbestand _____ € p.T.

> davon Kunden _____ € p.T.

• davon Kunden lt. 6 Monate _____ € p.T.

• davon Kunden lt. 7-12 Monate _____ € p.T.

> davon Interessenten _____ € p.T.

• davon Interessenten lt. 6 Monate _____ € p.T.

• davon Interessenten lt. 7-12 Monate _____ € p.T.

C. Zusatzkosten (entfallen beim Hosting durch Dialoghaus)

Selektionskosten (Liefermenge) _____ € p.T. mindestens _____ €

Zusatzselektionskosten/Kriterium _____ € p.T. mindestens _____ €

Versandkosten _____ pauschal

Sonstige _____

D. Rabatte

Wie hoch ist der Rabatt für den 2. Einsatz? _____ %

Wie hoch ist der Rabatt für den 3. Einsatz? _____ %



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

E. Lieferbedingungen

Lieferzeit nach Auftragseingang?

Lieferform? _____

Ansprechpartner zur Lieferung? _____

Können Sie Datenlieferungen zur überschneidungsfreien Nachlieferung kennzeichnen?

Ja Nein

Wenn ja, wie lange? _____ Monate Kosten: _____ €

F. Mindestabrechnungsquote _____ % der Liefermenge

G. Mindestabnahmemenge _____ Adressen

H. Freigaben

Für welche Branchen oder Unternehmen erteilen Sie grundsätzlich keine Freigabe?

Erteilen Sie Freigaben für Empfehlungsmailings? Ja Nein

Welche Informationen/Unterlagen benötigen Sie für eine Freigabe-Entscheidung?

Original-Musterbeilage Pdf website

Sonstiges _____

I. Konkurrenzausschluss

Gewähren Sie grundsätzlich Konkurrenzausschluss? Ja Nein

Wenn ja, für welchen Zeitraum? _____ Wochen



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

J. Einsatzempfehlungen/Erfahrungen

Für welche Produkte/Branchen empfehlen Sie den Einsatz Ihrer Adressen?

Welche Zielgruppen/Listen nutzen Sie selbst erfolgreich in der Neukundengewinnung?

K. Vermarktungsunterlagen

Können Sie uns Fotodateien/eigenes Werbematerial zur Verfügung stellen?

Fotos Prospekte/Kataloge Mailings/E-Mailings

Können Sie uns zur Bewerbung Ihrer Adressen Give-Aways/Gutscheine/Proben etc. liefern?

L. Datenschutz/Kontrollen

Fügen Sie den Adressenlieferungen Kontrolladressen bei?

Ja Nein _____ Adressen

Wie handhaben Sie Beschwerdeführer?

Wir kennzeichnen und sperren Beschwerdeführer für Fremdwerbung.

Liegt Ihnen die Einwilligung der Adressaten für Werbung Dritter schriftlich vor?

Ja Nein teils, für _____ Adressen

Falls, ja: Legen Sie bitte ein Muster der Einwilligungserklärung der Checkliste bei.



MEDIA SALES

Checkliste: Adressen-
vermarktung

Wenn Ihnen keine Werbeeinwilligung der Adressaten vorliegt oder nur teilweise vorliegt, nach welcher gesetzlichen Ausnahmeregelung können die Adressdaten vermarktet werden?

Vermarktung mit Herkunftsbezeichnung

Die Herkunftsbezeichnung soll lauten: _____

Vermarktung nur an Spendenorganisationen und Parteien

Vermarktung nur für Empfehlungsmailings

M. Weitere nicht exklusive Mediapotentiale

Sind Sie damit einverstanden, dass wir unsere Kunden/Interessenten über weitere nicht exklusiv über uns vermarktete Mediapotentiale aus Ihrem Hause informieren?

Ja Nein

Welche? _____

Bitte legen Sie evtl. vorhandene Informationen darüber bei.

N. Kontakt/Ansprechpartner

Bitte nennen Sie uns hier die Ansprechpartner in Ihrem Hause für Freigaben, Auftragsbearbeitung, Rechnungsstellung, Reklamationen, Sperrung von Adressen:

HERZLICHEN DANK!