



MEDIA SALES

CHECKLISTE: *VERMARKTUNG E-MAIL-ADRESSEN*



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 040/468858-0
F 040/468858-25

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 02173/8483-0
F 02173/8483-222



MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

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. Onlineshop für Haushaltswaren)

Bitte beschreiben Sie hier Ihr Unternehmen und die Produkte/Dienstleistungen, die Sie vertreiben:

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

www. _____





ZIELGRUPPEN-INFORMATIONEN

MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

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: Vermarktung
E-Mail-Adressen

E. Reaktionsverhalten der Kontakte

- Online-Käufer Registrierte User
- Newsletter-Abonnenten Gewinnspielteilnehmer
- Befragungsteilnehmer Informationsanforderer
- Sonstiges _____

Nehmen die User kostenpflichtige Dienste wahr? ja nein

Wenn ja, welche? _____

F. Sozio-Demografie

- Familien Studenten Singles/Alleinstehende
- Senioren Sonstige _____
-

G. Auftragswert

Wie hoch ist der durchschnittliche Auftragswert pro Bestellung?

H. Ansprechpartner (nur bei Firmen-Zielgruppe)

1. Führungsebene GF/Vorstand
2. Führungsebene Abteilungsleiter T-Leiter
- Vertriebsleiter Einkaufsleiter Personalleiter
- Leiter F&E Leiter Rechnungswesen Marketingleiter
- Versandleiter Fuhrparkleiter Technischer Leiter
- SekretärINNEN Außendienstmitarbeiter
- Sonstiges _____

Bitte legen Sie evtl. vorliegende Zählungen nach Ansprechpartner bei.



ADRESS-INFORMATIONEN

MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

A. Anzahl der E-Mail Adressen

Gesamtbestand	_____ Adressen
• davon Kunden	_____ Adressen
• davon Newsletter-Abonnenten	_____ Adressen
• davon registrierte User	_____ Adressen
• davon Gewinnspiel-Teilnehmer	_____ Adressen
• Sonstige	_____ Adressen

B. Selektionsmerkmale

	Alle Adressen	Teilbestand
<input type="checkbox"/> PLZ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Geschlecht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Echtalter / Geburtsjahr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Aktualität (Kauf- / Registrierungszeitpunkt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Domains	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Produktgruppen / Interessen	<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"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sofern vorhanden, legen Sie bitte Zählungen nach Selektionsmerkmalen bei.



MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

C. Adressgewinnung

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> E-Mail Marketing | <input type="checkbox"/> Affiliate Marketing |
| <input type="checkbox"/> Suchmaschinen-Marketing | <input type="checkbox"/> Co-Registrierung |
| <input type="checkbox"/> Gewinnspiel-Sponsoring | <input type="checkbox"/> Leadgewinnungskampagnen |
| <input type="checkbox"/> Online-Media | |
| <input type="checkbox"/> Offline-Maßnahmen: Welche? _____ | |
| _____ | |
| _____ | |

Sonstiges _____

Über welche urls werden die E-Mail Adressen gewonnen:

In welchem Zeitraum wurden die Kontakte generiert (Aktualität)?

D. Permission / Einverständniserklärung

Ein Double-Opt-In liegt uns für alle Adressen vor Ja Nein

Wir können das Double-Opt-In für jede einzelne Adresse nachweisen Ja Nein

In unseren AGBs / Datenschutzbestimmungen ist ausdrücklich auch ein Einverständnis für Werbung Dritter enthalten Ja Nein

E. PLZ / Länder-Verteilung

Deutschland bundesweit

regionale Schwerpunkte _____

Ausland/weitere Länder _____



MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

F. Bestandspflege

Newsletterversand In welcher Frequenz? _____

Dublettenabgleich Bounce-Bereinigung

Sonstiges _____

G. Zusatzmerkmale und Anreicherungen

Liegen zu den E-Mail Adressen postalische Entsprechungen vor?

Ja Zu welchem Prozentsatz? _____

Nein

Liegen sonstige Zusatzmerkmale zu den E-Mail Adressen vor?

Username Anrede Vorname Nachname

PLZ Sonstige: _____

Sofern die vorliegenden Zusatzmerkmale es ermöglichen: Stimmen Sie einer Bestandsauswertung (Alter, Kaufkraft, geographische Verteilung etc.) zu, die wir in unserem Rechenzentrum durchführen würden?

Ja Nein

H. Personalisierbarkeit

bei privaten E-Mail-Adressen

mit Anrede + Nachname mit Vorname + Nachname

mit Username neutrale Ansprache (z.B. Liebe/r Leser/in,)

keine Sonstige _____

bei geschäftlichen E-Mail-Adressen

mit Anrede + Nachname des APs mit Vorname + Nachname

mit Username neutrale Ansprache (z.B. Lieber Geschäftspartner)

keine Sonstige _____

Enthält der Bestand die persönlichen E-Mail-Adressen des Ansprechpartners? Ja Nein, die info@adresse



VERMARKTUNGS-INFORMATIONEN

MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

A. Werbeformate

Standalone Ja (Text / HTML) nein

Integrierte NL-Anzeige Ja (Text / HTML) nein

Weitere Informationen zum Werbeformat (Größe, Bilder, Links...):

B. Buchungskonditionen

Gesamtverteiler, Standalone _____ € TKP

Teilbuchung, Standalone _____ € TKP

Gesamtverteiler, Newsletter-Anzeige _____ € TKP

Sonstige Angaben, z.B. zu Staffelpreisen, Konditionen bei einzelnen Anzeigenformaten, Restplatzbuchungen etc:

C. Zusatzkosten

Zusatzselektionskosten / Kriterium: inklusive _____ € TKP

Set-Up / Versand / Reporting: inklusive für max. _____ Templates

_____ € pauschal für max. _____
Templates

Sonstige: _____



MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

D. Reporting-Bestandteile

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Versandmenge | <input type="checkbox"/> Hard Bounces |
| <input type="checkbox"/> Soft Bounces | <input type="checkbox"/> zugestellte Menge |
| <input type="checkbox"/> Öffnungen (gesamt) | <input type="checkbox"/> Öffnungen (unique) |
| <input type="checkbox"/> Öffnungsrate | |
| <input type="checkbox"/> Klicks (gesamt) | <input type="checkbox"/> Klicks (unique) |
| <input type="checkbox"/> Klicks pro Link | <input type="checkbox"/> Klickrate bezogen auf Versandmenge |
| <input type="checkbox"/> Klickrate bezogen auf Öffnungen | |

Können bei Einsatz verschiedener Kreativ-Versionen Reportings pro Version erstellt werden?

- Ja Nein
-

E. Mindestbuchung _____ € _____ E-Mail Kontakte

F. E-Mail Versand

Wer führt den Versand durch?

- Wir selbst Folgender externer Dienstleister: _____

In welchen Formaten kann versendet werden?

- HTML Text Multipart

Wie lange vor Versand müssen Templates/Werbemittel vorliegen?

_____ Arbeitstage

Welche Versandtage/-uhrzeiten empfehlen Sie? _____

Einschränkungen der Versandfrequenz bei Standalones:

- keine maximal _____ x pro Woche / Monat

Einschränkungen der Aufnahme von Newsletter-Anzeigen:

- keine maximal _____ x Anzeigen pro Newsletter

Können Sie uns technische Spezifikationen zur Verfügung stellen?

- Text HTML beides
-



MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

G. Datenabgleich

- ja, auf Basis der E-Mail Adressen
- ja, auf Basis von Postadressen

- der Abgleich kann extern (bei einem neutralen Dienstleister) durchgeführt werden

- ein Abgleich ist nicht möglich

Sonstiges, z.B. Zusatzkosten o.Ä.: _____

H. Freigaben

Für welche Branchen oder Unternehmen erteilen Sie grundsätzlich keine Freigabe?

Erteilen Sie Freigaben für Empfehlungs-E-Mailings? Ja Nein

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

- Muster-Template
- Website

Sonstiges: _____

I. Konkurrenzausschluss

Gewähren Sie grundsätzlich Konkurrenzausschluss? Ja Nein

Wenn ja, für welchen Zeitraum? _____ Wochen

J. Einsatzempfehlungen/Erfahrungen

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

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



MEDIA SALES

Checkliste: Vermarktung
E-Mail-Adressen

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. 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.

M. Kontakt/Ansprechpartner

Bitte nennen Sie uns hier die Ansprechpartner in Ihrem Hause für Freigaben, Auftragsbearbeitung, technische Abwicklung, Rechnungsstellung, Reklamationen:

HERZLICHEN DANK!