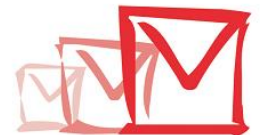


Werbung, die ankommt!



Teiladressierte Zustellung



SCHNEIDER DIREKTMARKETING®

Teiladressierte Zustellung Ihrer Werbemittel

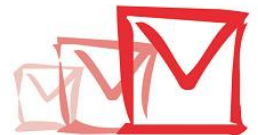
Schneider Direktmarketing GmbH & Co. KG bietet Ihnen die teiladressierte Zustellung Ihrer Prospekte und Werbemittel an ausgewählte Haushalte über das Produkt „POSTWURFSPEZIAL“ der Deutschen Post an.

Mit dieser Art der selektiven Verteilung werden einzelne Häuser mit Ihren potenziellen Neukunden gezielt erreicht - anhand von Potenzialzählungen und Adressselektionen auf Basis Ihrer Zielgruppenkriterien.

Mit der teiladressierten Aussendung erreichen Sie Ihre Zielgruppe selektiv, aber eben auch weitläufig in einer vorab definierten Fläche.

Zur gezielten Aussendung Ihrer Werbebotschaft werden Soziodemografie-, Struktur-, Konsumdaten und weitere relevante Datenbausätze aus mikrogeografischen Datenbanken verwendet.

Auf den kommenden 3 Seiten geben wir Ihnen einen visuellen Einblick in die operative Vorgehensweise (Bewertung und Selektion der Zielgruppen).



SCHNEIDER DIREKTMARKETING®

Teiladressierte Zustellung Ihrer Werbemittel

Schritt 1: Bestimmung des groben Zielgebietes (Beispiel: Stadtgebiet Hamburg)

Ein Service von Deutsche Post Direkt

Startseite Mein Konto Services Abmelden

Bestimmen Sie in 3 Schritten die gewünschten Zielhaushalte!

01 Bestimmen Sie das Verteilgebiet

Sie wollen Kunden in Ihrer Nähe erreichen? Geben Sie in das Feld einfach eine PLZ ein. Bei Ortseingaben werden Sie mit einer Autovervollständigung unterstützt.

Gebiet

PLZ-Gebiet eintragen

PLZ-Liste hochladen

Auswahl Adressmenge Ortsteile

02 Legen Sie Ihre Zielgruppe fest

Selektieren Sie einzelne Merkmale oder Merkmalsgruppen auf Gebäudeebene

03 Wählen Sie zusätzliche Merkmale aus

Steigern Sie Ihre Response mit der Selektion dieser Eckmerkmale oder Merkmalsgruppen auf Gebäudeebene

OPTIONAL Expertenmodus

Nutzen Sie weitere Merkmale und Funktionen für Poweruser

Filter zurücksetzen

Gebietsauswahl löschen

Aktuelles Potential

0 Adressen

Details einblenden

Ein Service von Deutsche Post Direkt

Startseite Mein Konto Services Abmelden

Bestimmen Sie in 3 Schritten die gewünschten Zielhaushalte!

01 Bestimmen Sie das Verteilgebiet

Sie wollen Kunden in Ihrer Nähe erreichen? Geben Sie in das Feld einfach eine PLZ ein. Bei Ortseingaben werden Sie mit einer Autovervollständigung unterstützt.

Gebiet

PLZ-Gebiet eintragen

PLZ-Liste hochladen

Auswahl Adressmenge Ortsteile

Hamburg, Freie u... 533.086

02 Legen Sie Ihre Zielgruppe fest

Selektieren Sie einzelne Merkmale oder Merkmalsgruppen auf Gebäudeebene

03 Wählen Sie zusätzliche Merkmale aus

Steigern Sie Ihre Response mit der Selektion dieser Eckmerkmale oder Merkmalsgruppen auf Gebäudeebene

OPTIONAL Expertenmodus

Nutzen Sie weitere Merkmale und Funktionen für Poweruser

Filter zurücksetzen

Gebietsauswahl löschen

Aktuelles Potential

533.086 Adressen

Details einblenden

Bestätigen und weiter

Gesamtanzahl Adressen
Stadtgebiet Hamburg

Teiladressierte Zustellung Ihrer Werbemittel

Schritt 2: Eingabe der Selektionskriterien / Zielgruppen (Beispiel: Alter der Bewohner: 40-59 Jahre / hohe Kaufkraft)

Ein Service von Deutsche Post Direkt

Bestimmen Sie in 3 Schritten die gewünschten Zielhaushalte!

01 Bestimmen Sie das Verteilgebiet

02 Legen Sie Ihre Zielgruppe fest

03 Wählen Sie zusätzliche Merkmale aus

OPTIONAL Expertenmodus

Bestimmen Sie hier die Soziodemographie und soziale/wirtschaftliche Merkmale Ihrer Zielgruppe

Legen Sie Ihre Zielgruppe fest (0/9)

☒ Überwiegendes Geschlecht im Gebäude (0/6)

☒ Alter der Bewohner auf Gebäudeebene (0/3)

☒ Kaufkraft (0/3)

☐ Hoher Anteil Familien (0/1)

Filter zurücksetzen

Details einblenden

Aktuelles Potential
533.086 Adressen

Ein Service von Deutsche Post Direkt

Bestimmen Sie in 3 Schritten die gewünschten Zielhaushalte!

01 Bestimmen Sie das Verteilgebiet

02 Legen Sie Ihre Zielgruppe fest

03 Wählen Sie zusätzliche Merkmale aus

OPTIONAL Expertenmodus

Bestimmen Sie hier die Soziodemographie und soziale/wirtschaftliche Merkmale Ihrer Zielgruppe

Legen Sie Ihre Zielgruppe fest (1/9)

☒ Überwiegendes Geschlecht im Gebäude (0/6)

☒ Alter der Bewohner auf Gebäudeebene (1/3)

☒ Kaufkraft (0/3)

☐ Hoher Anteil Familien (0/1)

Filter zurücksetzen

Details einblenden

Aktuelles Potential
402.575 Adressen

Ein Service von Deutsche Post Direkt

Bestimmen Sie in 3 Schritten die gewünschten Zielhaushalte!

01 Bestimmen Sie das Verteilgebiet

02 Legen Sie Ihre Zielgruppe fest

03 Wählen Sie zusätzliche Merkmale aus

OPTIONAL Expertenmodus

Bestimmen Sie hier die Soziodemographie und soziale/wirtschaftliche Merkmale Ihrer Zielgruppe

Legen Sie Ihre Zielgruppe fest (2/9)

☒ Überwiegendes Geschlecht im Gebäude (0/6)

☒ Alter der Bewohner auf Gebäudeebene (1/3)

☒ Kaufkraft (1/3)

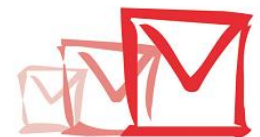
☐ Hoher Anteil Familien (0/1)

Filter zurücksetzen

Details einblenden

Aktuelles Potential
214.363 Adressen

Reduzierung der Adressanzahl durch Selektion der Zielgruppen



SCHNEIDER DIREKTMARKETING®

Teiladressierte Zustellung Ihrer Werbemittel

Schritt 3: Eingabe von zusätzlichen Merkmalen (Beispiel: Affinität zu E-Mobilität) und Finalisierung (Kauf der Adressdaten)

Ein Service von Deutsche Post Direkt

Startseite Mein Konto Services Abmelden

Bestimmen Sie in 3 Schritten die gewünschten Zielhaushalte!

01 Bestimmen Sie das Verteilgebiet
Selektieren Sie einzelne Gebiete auf PLZ-Ebene oder per Ortsangabe

02 Legen Sie Ihre Zielgruppe fest
Selektieren Sie einzelne Merkmale oder Merkmalsgruppen auf Gebäudeebene

03 Wählen Sie zusätzliche Merkmale aus
Steigern Sie Ihre Response mit der Selektion dieser Eckdatenprofile oder Merkmalsgruppen auf Gebäudeebene

OPTIONAL Expertenmodus
Nutzen Sie weitere Merkmale und Funktionen für Poweruser

Filter zurücksetzen

Steigern Sie Ihre Response mit Echtmerkmalen, Merkmalsgruppen oder Käufer-Persona

Käufer-Persona (1 / 7)

- ☒ **E-Mobility** (1 / 1)
Thomas Wagner ist 49 Jahre alt und durch die häufige Nutzung innovativer Technologien ein typischer Vertreter der „early-adopter“. Er ist gebildet, umweltbewusst und verfügt über ein höheres Einkommen. Sein nächstes Auto soll ein Elektroauto als Zweitwagen werden.
- ☐ **Digital Natives** (0 / 1)
Frieden Fuchs ist 31 Jahre alt, ledig und wohnt in Großstadtnähe zur Miete. Ob Shopping oder Dienstleistung, bei ihm gilt die Devise „Digital first“. Versicherungen, Stromverträge oder Kredite schließt er online ab. Sofortige Verfügbarkeit und minimaler Aufwand sind für ihn wichtige Kaufkriterien.
- ☐ **Solaranlagen** (0 / 1)
Stefan und Nina Schütz sind Mitte 40. Sie wohnen ländlich im städtischen Randgebiet. Wie ihre Nachbarn hat auch das Ehepaar Schütz eine neue Solaranlage, über die sie sich vorher bei Nachbarn und über Vergleichsportale im Internet informiert haben. Stefan und Nina sind kosten- und umweltbewusst.
- ☐ **Strom-Wechsler** (0 / 1)
Markus Koch ist 42 Jahre alt und wohnt mit seiner Frau in einem Einfamilienhaus auf dem Land. Er ist online-affin und sehr Kosten-Nutzen-orientiert. Er informiert sich über verschiedene Kanäle zu Ersparnissen beim Stromwechsel.
- ☐ **Digitale Kleinkreditnehmer** (0 / 1)

Aktuelles Potential
7.828 Adressen

Details einblenden Bestätigen und weiter

Kontakt & Feedback

Finale Ermittlung der Anzahl an relevanten Adressen

Ihr persönlicher Ansprechpartner

Alexé Niedermeier (Leiter Verkauf | KAM)

Schneider Direktmarketing GmbH & Co. KG

Holzoppelweg 33 D-24118 Kiel

Tel: +49(0) 431 23706 10

Fax: +49(0) 431 23706 17

an@schneider-direktmarketing.de | www.schneider-direktmarketing.de