

Mailings aus dem Katalog – so macht Direktmarketingplanung Spaß!

Warum haben Sie schon bei Otto, Heine oder Quelle aus dem Katalog bestellt? Vermutlich weil es einfach und bequem ist und die Angebote passen. Wäre es nicht auch toll, wenn man Mailings aus dem Katalog bestellen könnte? Lesen Sie mehr über die Marke Mailingkatalog®. Direktmarketinganwender sind gerade dabei, sich in diesen Katalog zu verlieben. ♥

Kataloginhalt

- 01** DIN-lang-Selfmailer
- 02** Ski-Selfmailer
- 03** Promotion-Mail
- 04** Aufriss-Selfmailer
- 05** Point-Mailing
- 06** Event-Mailing
- 07** Fenster-Mailing
- 08** Pocket-Mailing
- 09** Antwort-Faltblatt
- 10** Kreuz-Mailing
- 11** A5-Selfmailing
- 12** Ziehkarten-Mailing
- 13** Top-Mail
- 14** Fototaschen-Mailing
- 15** Jahreszeiten-Mailing
- 16** Kontur-Mailing
- 17** Coupon-Mailing
- 18** Flap-Mail
- 19** Poster-Mail
- 20** Kreativ-Mail



Preise und Kennzahlen

Natürlich möchten Sie sofort mit der Planung beginnen. Hierzu benötigen Sie die Kosten für die Produktion Ihres Mailings. Jede Mailingversion hat deshalb eine übersichtliche Preistabelle. Kennzahlen wie Gewicht, Portokosten und die zur Verfügung stehende Werbefläche machen es einfach, eine Auswahl zu treffen.

Unterstützung für die Kundenpräsentation

Ist die Auswahl getroffen, muss das Mailing in aller Regel von der Agentur beim Endkunden präsentiert werden. Hierzu unterstützt der Mailingkatalog® seine Anwender mit den neutralen Katalogseiten im Internet unter www.mailingkatalog.de – einfach die Seiten als PDF herunterladen und ausdrucken oder über einen Beamer in größerer Runde präsentieren. Die kostenfreie Bestellung von Mustern

bietet die Gelegenheit, das auserwählte Mailing schon in einer frühen Konzeptionsphase einmal in den Händen zu halten. Geht es dann konkret an die Gestaltung, werden von Briefdruck die Layoutaufrisse im gewünschten Programm zur Verfügung gestellt. Ein Ansprechpartner berät Sie von Anfang an und führt Sie sicher durch das Abenteuer Mailing.

Portosparbarkeit!

Die Entwicklung der Mailingversionen erfolgt durch erfahrene Mailingspezialisten. Produktmanager suchen nach portogünstigen Lösungen, ohne dabei aber auf kreative Artenvielfalt verzichten zu müssen. Es werden vorwiegend leicht strukturierte mattgestrichene Volumenpapiere eingesetzt. Die Postwerbesendungen liegen somit angenehm und stabil in der Hand. Das Gewicht von 20 g wird bei den meisten Varianten nicht überschritten.

Mailingkatalog® on tour

Die Ausgabe Mailingkatalog® '06/07 wird erstmals auf der „Ideenbörse Stuttgart“ am 23. und 24. März 2006 sowie am 12. und 13. Juli 2006 zu den „7. Mailingtagen“ in Nürnberg präsentiert. Am Messestand von Briefdruck Fülle & Schumann OHG geht es rund um das Mailing!

13 Top-Mail



Informationen gut strukturiert
Dieses Mailing transportiert die Kernbotschaft über einen Briefbogen und enthält daneben die Kontaktdaten der Briefdruck-Fülle & Schumann. Auch die weitere Erörterung ist durch die Verschlussklappe im Querformat stark an einen Briefbogen angelehnt.
Für weitere Infos laden Sie sich von www.mailingkatalog.de den Mailing eine gute Informationsstruktur geben. Versandkosten wird das 100-Mil mit kostenlosen wiederholbaren Lagen.

Einsatzziele
Eine Ziehkarte wird mit diesem Mailing gut strukturiert angeordnet. Beim Öffnen des Mailings erwartet den Leser ein Briefbogen im Querformat mit 100 g mattgestrichen Papier, das die Kernbotschaft über den Briefbogen transportiert. Das Brief-Mil eignet sich für präzise Informationsgewinnung im Business- & Businessbereich, wobei die Information für eine gewisse Nachhaltigkeit im Archiv des Empfängers sorgt.



Rahmendaten
Format: 210 x 122 mm (geschl.)
210 x 122 mm (offen)
Druck: 44-farbige Einzelkfarne, inkl. Schutzlack perflor
Papier: 100 g/m² Briefdruck, matt gestrichen
Veredelung: Silberrand, Anheftung
Verschluss: perforierte Folien-Anheftung der Klappe
Personalisierung: Digitaldruck
Verpackung: 1000 Stück pro Karton (1000 Stück pro Karton)
Verpackung: 1000 Stück pro Karton (1000 Stück pro Karton)
Verpackung: 1000 Stück pro Karton (1000 Stück pro Karton)

Lage	Preis ohne abgesetzten Vorkosten					Preis mit abgesetzten Vorkosten				
	4000	5000	10000	20000	50000	4000	5000	10000	20000	50000
Produktionskosten per 1000 Stück	180,00 €	140,00 €	100,00 €	70,00 €	50,00 €	200,00 €	170,00 €	130,00 €	100,00 €	70,00 €
Produktionskosten pro Stück	0,225 €	0,280 €	0,350 €	0,350 €	0,350 €	0,200 €	0,170 €	0,130 €	0,100 €	0,070 €
Portokosten (Menge Standard 10 g)	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
gesamte Stückkosten	0,475 €	0,530 €	0,600 €	0,600 €	0,600 €	0,450 €	0,420 €	0,380 €	0,350 €	0,320 €

Ihr Partner – wenn's um Mailings geht!
Briefdruck Fülle & Schumann OHG | Füllendruck | 07570 Wünschendorf | Tel. 03 66 03 84 30 | Fax 03 66 03 83 61
E-Mail: frank.fuelle@briefdruck.de | www.briefdruck.de
© Briefdruck Fülle & Schumann OHG 2006

Beispiel einer Katalogseite.



Briefdruck Fülle & Schumann OHG
Fuchstalstraße 8
07570 Wünschendorf

Telefon: 03 66 03 / 84 30
Telefax: 03 66 03 / 8 83 61

Ansprechpartner: Frank Fülle
E-Mail: frank.fuelle@briefdruck.de
Internet: www.briefdruck.de
www.mailingkatalog.de

Vielleicht sind es nicht die ganz großen Kampagnen, die mit den 20 dargestellten Mailingvarianten aus dem Mailingkatalog® versendet werden. Denn das Thüringer Unternehmen Briefdruck Fülle & Schumann OHG hat die 2. Ausgabe des Mailingkataloges bis ins Detail auf mittelständige Direktmarketingaktionen ausgelegt. Agenturen finden hier übersichtlich dargestellte Mailingvorschläge, die praxiserprobt und bezahlbar sind. Bilder und beschriebene Anwendungsbeispiele inspirieren und laden dazu ein, das passende Mailing für die geplante Dialogaktion auszuwählen.