

Hartmut Reinke (Hrsg.) / Frank Haase / Stefanie Pott

Gestaltung von 500 Werbebriefen in der Praxis

Eine Praxisstudie

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2011 GRIN Verlag
ISBN: 9783640945610

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/172857>

Hartmut Reinke (Hrsg.), Frank Haase, Stefanie Pott

Gestaltung von 500 Werbebriefen in der Praxis

Eine Praxisstudie

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

HARTMUT REINKE (HRSG.)

PRAXISSTUDIE :

GESTALTUNGSANALYSE VON 500 WERBEBRIEFEN

TEXT, LAYOUT, BOTSCHAFT

Vorwort

Spannende Idee: Wie schreiben Firmen eigentlich? Da gibt es jede Menge Fachliteratur, Expertentipps und Direktmarketing-know-how. Kommt das an? Und wenn ja: was kommt an?

Die beiden Autoren Stefanie Pott und Frank Hasse haben sich dieses Themas angenommen und einfach anhand von 500 zufällig ausgewählten Mailings den Stand der Dinge analysiert.

Schreibt man in der Baubranche mit „PS“? Oder machen das nur Versicherer? Wer sich differenzieren will, muss die anderen kennen. Und sich selbst.

Pott und Hasse leisten hier einen kleinen Beitrag – und analysieren 500 Briefe – ein Schnappschuss, der die ein oder andere Inspiration bereit halten kann.

An dieser Stelle danken wir allen, die geholfen haben.

Besonderer Dank gilt Karl-Erich Jannausch von der gleichnamigen Direktmarketing-Agentur. Seine akribische und leidenschaftliche Hingabe an Mailings und ihren Aufbau hat den Autoren die Zufallswahl der 500 Briefe erheblich erleichtert.

Hartmut Reinke
Azur Dialogmarketing, Bremen

Das Buch erscheint sowohl als E-Book als auch in gebundener Ausgabe.

Copyright bei dem Herausgeber.

Erste Auflage, Bremen, 2010

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Kapitel 1 Einleitung.....	9
Kapitel 2 Darstellung des Analysebogens.....	14
2.1. Verwendete Cluster und darin enthaltene Fragen.....	14
2.2. Ziele der unter 2.1. getroffenen Auswahl	17
Kapitel 3 Ergebnisse und Erläuterungen der einzelnen Fragen	19
3.1. Werbebrief.....	19
3.2. Reaktionsmittel.....	34
3.3. Zielsetzung des Direct Mailings	35
3.4. Der Inhalt.....	36
3.5. Die Gestaltung.....	37
3.6. Beobachtungen.....	41
Kapitel 4 Literaturanalyse	49
4.1. Literatúrauswahl	49
4.2. Zusammenfassung der überwiegenden Empfehlungen	51
4.3. Erkenntnisse und Informationen aus den Rückmeldungen von Direktmarketing-Agenturen.....	60
Kapitel 5 Abgleich der Ergebnisse der eigenen Analyse mit den Kernaussagen der Literaturanalyse	62
5.1. Werden die Empfehlungen der Literatur verwendet?	62
5.2. Gibt es bei Abweichungen Auffälligkeiten?	65
Kapitel 6 Erkenntnisse.....	70
6.1. Management Summary.....	70
6.2. Ausblick	76

Anhang und Anlage

i

Literaturverzeichnis

ii