

Stuttgart

Lösungen beim Direktmarketing

Für alle, die neben der Drucksachenproduktion auch mit der Planung des Versandes betraut sind, musste die November-Veranstaltung des FDI-Bezirk Stuttgart eine Pflichtveranstaltung sein. Doch auch für die anderen Gäste war es eine hochinteressante und informative Fachveranstaltung, welche die Teilnahme lohnenswert machte. Sigurd Skutnik, Geschäftsführer der Firma SPT Mail, Press und Logistic Services, erwies sich als kompetenter Referent zum Thema »Lettershop, Konfektionierung und Versand«. Dies ist nicht weiter verwunderlich, zählt man sich als Unternehmen, das 1992 gegründet wurde, inzwischen mit zu den leistungsfähigsten Anbietern im Bereich Adressenmanagement, Mailing, Pressevertrieb und last but not least Katalogversand.

Eine der wesentlichen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Mailingaktion aus der Sicht des Referenten ist eine optimierte

Adressendatei. Zu diesem Zweck beschäftigt man Informatiker, die nach verschiedenen Kriterien das Adressenmaterial aufbereiten. Dabei geht es nicht nur um eine Portooptimierung, sondern etwa auch um Dublettenabgleich oder einer postalischen Bereinigung oder gar um eine Selektierung beziehungsweise Splittung



Sigurd Skutnik

und anderes mehr. Nicht ganz ohne Schmunzeln konnte man vom Referenten erfahren, dass man zum Beispiel über den Vornamen Adressenmaterial nach Alter sortieren kann. Neben der Cheshire-Adressierung, die intelligent angewandt, verschiedene

Möglichkeiten bietet, ist die Inkjet-Adressierung laut Aussage des Referenten eine kostengünstige Art der Adressierung von Einzelprodukten. Aber auch hier gab es Aussagen über eine Reihe von interessanten Anwendungen. Bei der Laserdrucktechnik sind die Grenzen des Formates und das Papiergewicht zu beachten. Dazu gab es noch weitere wichtige Tipps, um eine reibungslose Adressierung zu gewährleisten. Auch im Digitaldruck nutzt man inzwischen die vielfältigen Möglichkeiten, die diese Technik bietet. Texte und Bilder werden durch ein festgelegtes Datenbankkennzeichen ausgetauscht. Jedes Druckstück ist so ein echtes Unikat.

Der gängige Begriff Lettershop, dies war nach dem bis dahin Gehörten und Gesehenen klar, beschreibt nur einen Teil der vom Referenten vorgestellten Inhalte. Mittels Kamera-Vergleichslesungen wird automatisch ein Adressenvergleich zwischen Inhalt und Verpackung vorgenommen. Geht es bei dreidimensionalen Gegenständen nicht mehr

schinell, verfügt man für solche Fälle über eine stattliche Anzahl von Mitarbeitern. Bis zu zehn Teile kann man maschinell kuvertieren. Über Codierung ist eine selektive Beilagensteuerung möglich. Natürlich kann man auch eine Folieneinschweißung anbieten. Interessanter Hinweis dabei unter anderem, eine Folie mit weißem Streifen, die dann direkt adressiert werden kann. Zu guter Letzt wurden unter anderem noch die Dienstleister Post und die möglichen Alternativen angesprochen.

Fazit einer interessanten Veranstaltung: beim Massenversand von Drucksachen gibt es eine große Zahl von Möglichkeiten. Um das Bestmögliche zu tun, lohnt es sich, den Fachmann vorab zu konsultieren.

Ihre Mails

Terminmeldungen und Berichte schicken Sie bitte an:

k.schulze@publish.de