



Hardware eines Werbebriefs

Die Kundenbeziehungsmanagerin

Irmgard Braasch
Siebengebirgsallee 14
51147 Köln

Tel: 02203/1829640
Web: www.kbm-braasch.de
Mail: info@kbm-braasch.de

Papier

Gerade bei kleinen Stückzahlen ist es sinnvoll, vorhandenes Geschäftspapier zu nutzen. Wenn Sie das Mailing drucken lassen, sollte es zu Ihrer CI-Linie passen (ähnlich dem Internetauftritt, der Visitenkarte etc. sein). Damit erhöht sich der Wiedererkennungswert. Das Papier sollte zum Angebot, das beworben wird, passen (Keine hochwertigen Produkte auf billigem Papier bewerben). Das Papier sollte genügend Gewicht haben, damit es nicht so schnell verknickt.

Kuvert

Die Umschläge sollten zum Briefpapier passen. Aufdrucke auf dem Kuvert können zusätzlich Interesse wecken. Briefmarke oder Freistempelung sollten parallel zu den Kanten des Umschlags aufgebracht sein. Benutzen Sie ansprechende Briefmarken (nur bei kleiner Stückzahl). Halten Sie mit Ihrem Mailing die Vorgaben der Post ein.

Reaktionsmittel

Reaktionsmittel können Faxantwort, Postkarte oder Rückkuvert sein. Versuchen Sie auf jeden Fall ein Reaktionsmittel beizulegen, das erleichtert die Kontaktaufnahme. Ihr Reaktionsmittel sollte außerdem in Aufmachung und Inhalt zu Ihrem Mailing passen.