

Mit Print-Mailings Neukunden gewinnen

Mit Print-Mailings gehört die Aufmerksamkeit der Beworbenen allein Ihnen! Laut CMC-Studie 2024 öffnen 80 Prozent der Empfänger ihr Print-Mailing. Und mit dem passenden Angebot klappt die Neukundengewinnung besonders leicht.

Ob persönliche Anrede, teiladressierte Ansprache („An die Sparfüchse“) oder „An alle Haushalte mit Tagespost“: Mit den passenden Zielgruppenadressen landet Ihr Mailing im richtigen Briefkasten und punktet mit hoher Response.



Das bieten wir Ihnen:

- ✓ **Breite Adressbasis** für personalisierte, teiladressierte oder unadressierte Kundenansprache
- ✓ Mehr als **150 statistische Zielgruppenmerkmale** für gezielte Adressauswahl
- ✓ **Zielgruppenauswahl z. B. nach Alter, Kaufkraft, Konsumvorlieben, Wohnstruktur, Region**
- ✓ **Abgleich gegen Negativdateien** wie z. B. Werbeverweigerer oder Bestandskunden
- ✓ **Datenschutzkonforme Nutzung**



Jede Menge Vorteile:

- **Hohe Qualität** durch postgeprüfte Datenbasis
- **Präzise Zielgruppenselektionen, reduzierte Streuverluste und Kosten**
- **Breite Marktabdeckung:** nahezu alle Privathaushalte in Deutschland
- **[Günstige Online-Services](#)** oder **Experten-Beratung bei Managed Services**

Klingt interessant?

Dann lassen Sie sich von unseren Spezialisten zu der für Sie optimalen Lösung beraten unter info@postdirekt.de oder +49 228 189 15950