

Direct Marketing – was ist eigentlich erlaubt?

Unter Direct Marketing versteht man alle Maßnahmen der Unternehmenskommunikation, die den Kunden direkt ansprechen und nicht durch Dritte oder eigenständige Medien vermittelt sind. Eine Anzeige in einer Zeitung oder Zeitschrift oder ein Werbebanner auf einer Webseite zählen demnach nicht zum Direct Marketing. Das Callcenter, das zum Unternehmen gehört oder von diesem beauftragt wurde, Kunden oder Interessenten direkt anzusprechen, jedoch schon.

Das wesentliche Ziel des Direct Marketings ist der direkte Kontakt zu den Zielgruppen und idealer Weise die Steigerung der Antwortraten. Durch gezielte Ansprache und genaue Segmentierung der Zielgruppen wird erreicht, dass die potenziellen Kunden aktiv werden bei gleichzeitig niedrigen Streuverlusten.

Dabei haben direkte Marketing-Maßnahmen nicht immer den Kauf eines Produktes zum Ziel. Sie können auch eingesetzt werden, um neue Adressdaten zu bekommen, das eigene Image zu pflegen, Interesse zu erzeugen oder Marktforschung zu betreiben. Schon vor der Frage, wie kommuniziert wird, ist also die Frage zu beantworten, mit welchem Ziel kommuniziert wird. Werbemaßnahmen im Direct Marketing können in einstufige und mehrstufige Aktionen unterteilt werden, um die Kampagnen strategisch auszurichten.

Aber wann darf ich wen auf welchem Wege kontaktieren?

