

## Checkliste: Mailing (1)

Aufmerksamkeitsgrad	Ja	Nein
Verspricht der Umschlag etwas Spannendes, Originelles, Außergewöhnliches?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kann man von außen etwas Interessantes fühlen (z.B. eine Beilage)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist der Umschlag außergewöhnlich? (Format, Farbe, Material, Beschriftung usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist die Anrede so persönlich wie möglich?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist die Adresse korrekt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Response-Teil des Mailings (Reaktionsteil)	Ja	Nein
Wird der Kunde mehrmals (im Werbebrief, auf der Antwortkarte) zum Handeln aufgefordert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist es klar, was der (potenzielle) Kunde bei einer Reaktion erhält?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird es dem Kunden so einfach wie möglich gemacht zu reagieren? (Separate und frankierte Antwortkarte, Adresse bereits ausgefüllt, Kästchen zum Ankreuzen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird der Response durch ein verkaufsförderndes Element zusätzlich erhöht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Textliche Umsetzung	Ja	Nein
Sind die einzelnen Elemente des Werbebriefs korrekt gestaltet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird die gesamte Adresse im Werbebrief wiederholt (falls das Mailing mit Adressetiketten versehen ist)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird der (potenzielle) Kunde persönlich angesprochen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reizt der Anfang des Werbebriefes zum Weiterlesen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist der Text des Werbebriefes so gestaltet, als ob Sie direkt und persönlich mit dem (potenziellen) Kunden sprechen würden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist die textliche Umsetzung zielgruppengerecht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Checkliste: Mailing (2)

Fortsetzung Textliche Umsetzung	Ja	Nein
Wird in der Sprache unserer Zielgruppe geschrieben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird eine bildhafte Sprache verwendet? Löst der Text bei dem Beworbenen bildliche Vorstellungen aus?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind die Aussagen klar und einfach formuliert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermindern Fremdwörter die Verständlichkeit?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermindern lange Sätze mit mehr als drei Kommas die Verständlichkeit?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden nach 4 – 5 Zeilen neue Abschnitte gemacht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden die Abschnitte optisch getrennt? (Leerzeile oder größerer Abstand)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden die wichtigsten Aussagen textlich hervorgehoben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird im Text der Kundennutzen hervorgehoben? (Produktdetails gehören in den beiliegenden Prospekt/Flugblatt/Broschüre)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden im Text die Beilagen „beworben“?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden die Beworbenen zum Handeln aufgefordert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird, wenn möglich, persönlich unterschrieben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist ein Postskriptum (PS) vorhanden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Kontakt:**  
**Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik, Dr. Martina Althaus,**  
 Reinoldistr. 7 - 9, 44135 Dortmund, Telefon 0231 557050-25, Telefax 0231 557050-40,  
 E-Mail: [althaus@ot-forum.de](mailto:althaus@ot-forum.de), <http://www.ot-forum.de>