

Erfolgs-
beispiel



Kunstgalerie: Über 44.000 € mit dem Projekt „Business Arts“

Malerisches Verhältnis von Angebot und Nachfrage

Düsseldorf versteht sich als Stadt der Künste. Eine lebendige Künstlerszene, ein breites Angebot an Galerien und Museen und nicht zuletzt die traditionsreiche Kunstakademie untermauern diesen Ruf. Eine hohe Kaufkraft begünstigt zudem eine seriöse wirtschaftliche Nachfrage. Seit vielen Jahren führen Chiara und Elias T. eine Galerie mit dem Schwerpunkt „Zeitgenössische Kunst“. Auf ca. 200 m² zeigen sie neben einem Angebots-Querschnitt auch wechselnde Ausstellungen einzelner Künstler.

Neues Projekt für neue Klientel

Zur Klientel der T.s gehören insbesondere gut betuchte Privatpersonen aus dem Umfeld von Düsseldorf, aber sie haben auch Kunden im Bundesgebiet und im Ausland. Mit ihrem Projekt „Business Arts“ wollen die beiden ganz gezielt Geschäftskunden gewinnen. Dabei sollen ihre Angebote auf der einen Seite als Geldanlage für die Unternehmer fungieren, auf der anderen Seite Praxis- oder Geschäftsräume verschönern. Wer nicht kaufen möchte, dem bieten sie ein Mietmodell mit Wechselservice. In der neu eingerichteten virtuellen „Internet-Galerie“ kann der Interessent in Ruhe stöbern, jedes Bild ausgiebig betrachten, bequem auswählen und seine Bestellung auslösen.

Testmailing an kleine, finanzstarke Zielgruppe

Um die Attraktivität ihres Business-Angebotes auszuloten, planen Chiara und Elias T. zuerst einmal ein Testmailing an eine kleinere Zielgruppe. Als Medium kommt nur Direktwerbung in Frage. Nur so können sie persönlich und namentlich ansprechen. Als Test-Zielgruppe wählen sie die Praxen für Schönheitschirurgie in Deutschland. Hier unterstellen sie

einen hohen ästhetischen Anspruch, einen Repräsentanz-Bedarf in den Praxisräumen und eine entsprechende wirtschaftliche Potenz.

Adressen ganz einfach per E-Mail bekommen

Ein befreundeter Unternehmer empfiehlt ihnen die große Adressauswahl von Schober. Nach telefonischer Beratung übermittelt ihnen der Schober-Experte 848 Adressen inklusive der Namen der Unternehmensleitung, sofern vorhanden. Die Adressübermittlung von Schober erfolgt ganz unkompliziert per E-Mail.

Individuelles Anschreiben mit hochwertiger Broschüre

An diese Adressen senden sie ihre Hochglanzbroschüre im DIN-A4-Format zusammen mit einem für jeden Adressat individualisierten Anschreiben. Hier wird das Business-Modell vorgestellt und ein Verweis auf die „Internet-Galerie“ mit konkreten Angeboten platziert. Auf der Rückseite des Anschreibens gibt es zudem ein Faxformular, das eine klassische Reaktion ermöglicht. Die Umschläge werden mit dem Logo bedruckt, so dass sofort ein hochwertiger Gesamteindruck entsteht.

Erfolgreicher Test motiviert zur Fortsetzung

Gespannt verfolgt das Galeristenpaar in der nächsten Zeit die Reaktionen. Schließlich haben sie in die Maßnahme 2.520 € investiert für Adressen (860 €), Lettershop (520 €) und Porto (1.140 €). Aber schon nach wenigen Wochen haben sie aus der Maßnahme insgesamt ca. 44.000 € Umsatz generiert. Der bei weitem größte Teil wurde dabei wie gewünscht über das Internet erzielt. Nach diesem Erfolg planen Chiara und Elias T. die baldige Fortsetzung der Mailingserie an weitere finanzstarke Schober-Adressen.

