

Vertrautes überrascht doppelt

Mailinside ist die Hülle mit den zwei Gesichtern, innen genauso werbewirksam wie außen. Die Innenseite lässt sich komplett für Kampagnen, Kundenkommunikation und Sponsoring nutzen. Aber auch das schönste Innenleben zahlt sich nur dann aus, wenn es einfach und unkompliziert zu enthüllen ist. Daher ist der Mailinside-Umschlag mit dem patentierten **EAZIP-Öffnungssystem** ausgestattet, das den Inhalt blitzschnell ans Tageslicht bringt.

Nutzen Sie die Vorteile von Mailinside für Ihre Kommunikation

- Hohe Aufmerksamkeit ist garantiert
- Weckt den Entdeckergeist
- Mehr Möglichkeiten zur kreativen Gestaltung
- Schont Ihr Werbebudget
- Höhere Effizienz bei der Kundenkommunikation
- In vielfältigen Formaten und Qualitäten erhältlich

Mailinside ist umweltfreundlich

- Aus nachhaltigem Papier erhältlich
- Verwendung von wasserbasierten Farben
- Geringerer Materialeinsatz
- Reduziert Abfall
- Spart Gewicht und Transportkosten

Das patentierte EAZIP-Öffnungssystem



01 Perforation öffnen



02 Rückseite hochklappen



03 Innenseite enthüllen



In vielen verschiedenen Formaten und Ausführungen – jede Menge Freiraum für Ihre besten Ideen.

Bei Mailinside ist viel für Sie drin, wenn Sie effizient und umweltfreundlich Ihre Werbebotschaft versenden und dabei eine hohe Aufmerksamkeit und Response erreichen wollen.

Um noch mehr über Mailinside zu erfahren, rufen Sie uns heute an!





Entdecken Sie das Mailing der Zukunft

Auch im digitalen Zeitalter haben Direct Mail Kampagnen einen festen Platz im Direktmarketing. Der Grund dafür ist simpel: E-Mails können postalischen Werbesendungen in Sachen Wirkung und Aktivierung nicht das Wasser reichen.

Speziell bedruckte Briefumschläge punkten durch die wahrgenommene Hochwertigkeit, ihren Erlebniswert und die hohe Lesebereitschaft des Empfängers. Dabei ist das volle Potential von Briefmailings noch gar nicht ausgeschöpft! Clevere Marketing-Profis setzten jetzt auf ein Konzept, das jede Aussendung und jeden Kundenkontakt noch effizienter nutzt.

Mailinside bietet nahezu unendliche Möglichkeiten für Ihre eigene Kommunikation, ebenso für Co-Promotions mit Ihren Geschäftspartner – lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf.

Deshalb: Entdecken Sie jetzt ein Konzept das Ihrer B2C-Kommunikation neue Impulse gibt!

Mailinside macht Ihre Botschaft unverwechselbar:

- weckt den Entdeckergeist und macht neugierig
- bietet mehr Möglichkeiten zur kreativen Gestaltung
- zeigt mehr Effizienz bei der Kundenkommunikation
- hat eine deutliche höhere Werbewirksamkeit als z. B. E-Mails
- vermittelt ein positives haptisches Erlebnis
- ist umweltfreundlich – und damit gut fürs Image

Der Umschlag mit zwei Gesichtern

Das Geheimnis von Mailinside befindet sich im Inneren des Umschlags. Hier schlummert eine ungenutzte Fläche, die nur darauf wartet, entdeckt zu werden. Mit gleich zwei Nutzungsmöglichkeiten bietet Ihnen diese Fläche großes Potential:

- **Eigenwerbung** – Hier bekommt Ihre eigene Kommunikation zusätzliche Fläche
- **Co-Promotion** – Verkaufen Sie die Innenfläche an Kunden, Lieferanten und Drittfirmen

Für Ihre Kommunikationshighlights

EIGENWERBUNG

Durch Mailinside sparen Sie die Kosten für einen zusätzlichen Flyer und Sie reduzieren das Gewicht der Sendung. Ob als auf-lagenstarke Aussendung oder sukzessive mit Ihrer Geschäfts-korrespondenz: **Hohe Aufmerksamkeit ist Ihnen sicher, denn Mailinside hebt sich auf den ersten Blick von der Masse ab und animiert zum Öffnen.**

Denken Sie auch an die Möglich-keit, die Innenseite mit zusätzlichen Informationen und Hinweisen an den Empfänger zu bedrucken. So können detaillierte Anleitungen dazu beitragen, dass der Aufwand für Ihren Kundenservice oder externe Callcenter sinkt.



Geteilte Mailings für ungeteilte Aufmerksamkeit

CO-PROMOTION

Bieten Sie Ihren Kunden und Geschäftspartnern die Möglichkeit, die Innenseite Ihres Briefumschlags für ihre Werbung zu nutzen. Durch den Verkauf der Anzeigenfläche erzielen Sie enorme Einsparungen bei den Kosten für die Produktion und den Versand. Adressaten aus Ihren persönlichen Beständen werden das Schreiben nicht als Werbung

einstufen und sich mit dem Inhalt befassen. Die finanziellen Mittel aus einer Co-Promotion ermög-lichen Ihnen und Ihrem Geschäftspartner den Zukauf von topaktuellen qualifizierten Adresslisten. So können Sie zielgerichtet neue Kunden akquirieren und mit dem passenden Angebot versorgen.

Überlegen Sie, welcher Partner von Ihrer Zielgruppe und Ihrem Adressmaterial profitieren kann.

Sie sind **Automobilhersteller**? Dann bieten Sie die Anzeigenfläche einer **Kfz-Versicherung** an.

Wenn Sie **Stromanbieter** sind, könnte die Kombination mit einem **Elektrogerätehersteller** für beiden Seiten ideal sein.

Bieten Sie **Lebensversicherungen** an, dann wäre ein Partner aus der **Gesundheitsvorsorge** für Ihr Mailing optimal.

