Zuwachs an Interessenten durch Service:
Lettershop gewinnt Kunden mit Online-Dienstleistungen!

The WIVA Company, 1992 gegründet, konzentrierte sich anfangs nur auf die Herstellung von Drucksachen, 1995 wurden die Aktivitäten auch auf den hart umkämpften Markt des Mailingversands ausgeweitet. Zu den Kunden zählen mittelständische Unternehmen, Industrie, öffentliche Stellen, Kreditwirtschaft und Handel. Der Lettershop mit Sitz in Fürth hat inklusive der freien Mitarbeiter 15 Beschäftigte.

Es gibt allein in Deutschland deutlich über tausend Lettershops. Immer schneller müssen Aufträge erledigt werden, die Erwartungen der Kunden in Bezug auf den Service steigen stetig. Der Wettbewerb erfolgt sowohl über den Preis als auch über die Qualität der Kundenbetreuung. Der Geschäftsführer Bernhard Wilfert legt daher großen Wert auf Neukundengewinnung und Kundenbindung durch das Internet sowie die aktuelle und transparente Firmendarstellung.

Schnelle Abwicklung von Mailings

Zur einfachen und schnellen Abwicklung von Mailings wurde 2004 www.mailingkalkulator.de ins Leben gerufen, das dem Anwender eine Online-Kalkulation und die Möglichkeit des Datenuploads bietet. Mit wenigen Klicks kann somit die Produktion eines Mailings gestartet werden. Zum Versand werden lediglich das Anschreiben als Word-Dokument und die Adressdatei als Excel-Dokument benötigt.

Mit der in der Branche noch recht selten angebotenen Online-Kalkulation lassen sich Standard-Mailings mit bis zu sechs Seiten im Internet in wenigen Schritten kalkulieren. Eingegeben werden hierzu durch den Kunden unter anderem Anzahl der Briefe und der Seiten, Verwendung von Farbe und Briefpapier, Art des Aufdrucks auf dem Kuvert und ob dem Briefmailing Beilagen beigefügt werden sollen. Auf diese Weise erhält der Kunde in sehr kurzer Zeit eine sehr genaue Vorstellung von den Kosten seines geplanten Mailings. Das verbindliche Angebot wird dem Kunden nach Erhalt der Texte und der Adressdateien zugeschickt.

Bearbeitungsstatus online

Neben der Online-Kalkulation setzt sich WIVA mit der Online-Statusabfrage deutlich von Mitbewerbern ab. Mit genauen Datumsangaben werden hier die bereits erledigten Schritte des Mailings aufgeführt. So erfährt der Kunde per Internet, E-Mail oder SMS - ohne bei WIVA nachfragen zu müssen - ob sich das Mailing noch in der Bearbeitung befindet oder schon versendet wurde. Per Gastzugang kann man sich von dem Service ein Bild machen. „Eine Statusabfrage oder eine Onlinekalkulation ist in dieser Branche nur sehr selten anzutreffen“, sagt Wilfert. In der Regel warten nur große Unternehmen mit derlei Service-Angeboten auf.

Die Internet-Applikation Mailingkalkulator.de wurde nach den genauen Anweisungen und Ideen von Wilfert eigens für WIVA programmiert. Die Programmierung und das Hosting erfolgte über eine externe IT-Firma. Ein weiterer kostenloser Service, mit dem Wilfert die Kundenbindung verstärken möchte, ist der Porto-Newsletter. Ändern sich die Portogebühren, so erhalten Kunden automatisch in gedruckter Form den Porto-Newsletter bequem ins Haus. Insgesamt könne WIVA durch den Synergieeffekt all dieser Angebote pro Jahr durchschnittlich etwa 1.000 neue Interessenten über das Internet gewinnen, schätzt Wilfert.

(ct)

Online-Kundenservice?

Wer kennt das nicht? Ein Mailing muss rasch über einen Lettershop verschickt werden, die Kosten dafür sollen aber vorher ermittelt werden. Bei WIVA wird das Problem online gelöst: Der Kunde bekommt aufgrund der Online-Anfrage schnell eine Preisvorstellung, denn erste Preisanfragen werden automatisch beantwortet. Das spart dem Anbieter Arbeit und Zeit und der Auftrag kann ggf. rascher ausgeführt werden. Der Kunde fühlt sich außerdem gut aufgehoben, wenn er sich wie in diesem Beispiel jederzeit und bequem über den Bearbeitungsstatus informieren kann. Auch hier gilt: Zeitersparnis für beide Seiten, Vertrauensgewinn und Transparenz für den Auftraggeber sorgen für eine engere Bindung.

Der Online Kalkulator findet sich im Internet unter
www.mailingkalkulator.de

Schnellere Preisberechnung mit Onlinekalkulator:
Lettershop stärkt Kundenbindung

Seit über 12 Jahren behauptet sich der Fürther Lettershop The WIVA Company auf dem hart umkämpften Markt des Mailingversands. Hier legen Kunden Wert auf eine zügige Abwicklung des Auftrags und auch bei der Auftragserteilung wollen sie keine Zeit mehr verlieren. WIVA versucht, diesen Anforderungen durch neue Lösungen gerecht zu werden und sieht sich mit seinen innovativen Lösungen als Vorreiter in der Branche.

Über tausend Lettershops drängen sich auf dem deutschen Markt. Das Produkt selbst – der Mailingversand – ist austauschbar; wer hier also vorne mitmischen will, muss sich von der Konkurrenz sowohl durch wettbewerbsfähige Preise, als auch durch hervorragenden Kundenservice absetzen. Für einen Lettershop ist das Internet das optimale Medium zur Gewinnung von Neukunden und zur Stärkung der Kundenbindung. WIVA-Geschäftsführer Bernhard Wilfert versucht deshalb stets, den Kunden mit innovativen Lösungen entgegenzukommen.

Jede Minute zählt

Schon 2004 bot WIVA den Kunden auf der Website die Möglichkeit des Datenuploads, eine Onlinekalkulation sowie eine Statusabfrage an. Mit diesem breiten Spektrum an kostenloser Serviceleistung hob sich WIVA schon damals von seinen Mitbewerbern ab. Durchschnittlich drei Minuten dauerte eine Onlinekalkulation, mit der sich Standardmailings mit bis zu sechs Seiten kalkulieren ließen. Vielen Kunden war auch dies noch zu lang. Sie wollten sich für die Kalkulation nicht durch mehrere Seiten klicken.

„Da viele Kunden immer weniger Zeit haben und die Abfrage übersichtlicher und einfacher gestaltet haben wollten, haben wir Mitte 2006 die 1-Minuten-Kalkulation eingeführt. Alle relevanten Mailingbestandteile werden nun nicht mehr auf mehreren Seiten hintereinander abgefragt, sondern komplett auf einer Seite angezeigt“, erläutert Wilfert. Der Kunde braucht nun unter **www.mailingkalkulator.de** nur noch die entsprechenden Optionen anzuklicken und bekommt sofort den jeweils aktuellen Preis. Dies erleichtert auch das Vergleichen verschiedener Möglichkeiten.

Neues Tool gut angenommen

Mit dem neuen Kalkulator sieht sich WIVA der Konkurrenz wieder einen Schritt voraus. *„Der Wettbewerb hat mit mehrseitigen Kalkulatoren nachgezogen, daher haben wir nun den Schnellkalkulator entwickelt, bei dem alle Kalkulationen auf einer Seite durchgeführt werden“,* sagt Wilfert. Das neue Tool wurde denn auch sofort gut angenommen. *„Rund zwei Drittel der Abfragen werden über den Schnellkalkulator durchgeführt“,* freut sich der WIVA-Geschäftsführer.

Der mehrseitige Kalkulator wird nicht von der Website genommen. Gerade Neukunden, die wenig Erfahrung mit der Branche haben, wissen die detaillierten Hinweise und Informationen dieses Kalkulators zu schätzen. Inwieweit der neue 1-Minuten-Kalkulator zum Umsatzwachstum der vergangenen Jahre beigetragen hat, lässt sich nicht so ohne weiteres bestimmen. Zur Stärkung der Kundenbindung hat das Tool aber zweifellos beigetragen. *„Die Kunden haben danach gefragt und ich denke, auch Neukunden legen Wert darauf“,* sagt Wilfert.

Nachdem die Kunden nun in kürzester Zeit die Kosten für ihren Auftrag kalkuliert haben, bekommen sie von WIVA das verbindliche Angebot per E-Mail. Dort kann der Kunde per Klick auf einen Link den Auftrag erteilen oder mitteilen, ob noch weitere Dateien geschickt werden. Damit wird die Auftragserteilung auch in der Schlussphase noch ein wenig beschleunigt.

(ct)

Der zuverlässige Arbeitskollege

Mit zwanzigjähriger Erfahrung sorgt die WIVA Company dafür, dass ihre Kunden Druck- und Versandaufgaben einfach erledigen können.

Porto sparen ab dem ersten Brief – das geht bei der WIVA Company in Fürth, die seit 1995 als Lettershop tätig ist. Um die attraktiven Preise bieten zu können, ist die gesamte Fertigung im Briefdruckzentrum.de hochgradig standardisiert. Dennoch gibt es gewisse Wahlmöglichkeiten, etwa Recycling- neben Standardpapier, weil öffentliche Auftraggeber darauf viel Wert legen, oder auch blaue Briefhüllen, die für Mahnläufe sehr beliebt sind. Kunden aus beratenden Berufen nutzen zumeist 120-Gramm-Papier, das ist griffiger und hochwertig. Geschäftsinhaber Bernhard Wilfert: „Unser Kundenstamm kommt aus ganz Deutschland und aus den unterschiedlichsten Branchen."

WIVA

Was bis 12 Uhr eingeliefert wird, kommt noch am selben Tag in die Post.

Vier Wege ins Briefdruckzentrum.de

Für die Dateneinlieferung haben die Kunden vier Optionen. Es gibt erstens das Portal, über das man seine Briefe nach dem Login SSL-geschützt hochladen kann. Hier lassen sich auch die Kosten im Kalkulator vorab ermitteln. Man kann sie zweitens auch per E-Mail schicken, wobei ein passwortgeschützter Zip-Anhang Sicherheit bietet. Dabei gibt es eine Rückmeldung, ob die Daten in Ordnung sind, sowie später eine Produktionsbestätigung auf demselben Weg. Drittens kann man einen virtuellen Druckertreiber installieren und direkt aus der Anwendung „drucken", in der die Briefe erstellt werden. Großkunden, die in einem ERP-System ihre Rechnungen und Korrespondenz erzeugen, können diese viertens automatisiert über ihren Server übertragen – beim Briefdruckzentrum.de wird eine Empfangsschnittstelle eingerichtet.

Ergebnisse ganz im Sinne des Erstellers

Für die Verarbeitung nutzt das Briefdruckzentrum.de ausschließlich PDF. Wilfert erklärt: „Die voll automatisierte Verarbeitung vom Dateneingang bis zum fertigen Brief muss reibungslos laufen, deshalb nehmen wir Tagespost grundsätzlich nur als PDF an." Dabei dürfen Serienbriefe in großen Mengen und mit variabler Seitenzahl in einer Datei sein, wenn sie einen vereinbarten Code zu ihrer Abgrenzung tragen. Einen einzelnen Brief auf mehrere Dateien zu verteilen wird hingegen nicht gern gesehen: „Das führt zu instabiler Verarbeitung und gibt Schwierigkeiten." Schließlich sehen die Absender bei vollautomatischer Übermittlung ihre Briefe nach der automatischen Zusammenführung nicht mehr und sollen doch die Gewissheit haben, dass das Ergebnis genau dem Wunsch entspricht.

Eine Besonderheit von WIVA ist, dass der jeweilige gedruckte Brief keine nachträglichen Codierungen in den DIN-A4-Seiten bekommt. Deshalb können die Kunden den bedruckbaren Bereich selbst nutzen, ohne eine produktionsbedingte „Verunstaltung" befürchten zu müssen. „Manche Kunden haben gern einen Farbbalken am Blattrand, bei der eine Codierung an gleicher Stelle störend wäre", so Wilfert. „Bei uns können sie sicher sein, dass der Brief 1:1 unverändert verarbeitet, als hätte man ihn selbst ausgedruckt."

Garantierte Terminzusage

Der Maschinenpark von WIVA ist mehrfach redundant ausgelegt. Man legt großen

Wert auf die Ausfallsicherheit, weil man feste Termine garantiert: Was bis 12 Uhr eingeliefert wird, kommt noch am selben Tag in die Post. Wilfert: „Durch die Doppelt- und Dreifach-Ausstattung ist es bei uns noch zu keinerlei Verschiebungen gekommen. Wir konnten unsere Zusagen stets einhalten, selbst wenn ein Techniker einen ganzen Nachmittag benötigt, um ein Kuvertier- oder Drucksystem zu reparieren." Am Ende werden die Briefe zur Konsolidierung an die Deutsche Post übergeben.

Ein Portal für Mailings als zweites Standbein

WIVA hat übrigens noch ein zweites Portal für Dialogpost und Werbebriefe namens Automailer.de. In der Produktion und der kaufmännischen Abwicklung ist auch dieses Lettershop-Portal ein ganz eigenständiger Geschäftsbereich. Die Trennung hat ihren Grund, denn während bei der Tagespost alle Abläufe vollständig automatisiert sind, lassen sich die diffizilen Mailings schlechter steuern: Alles muss nachgesehen, die Schriften müssen geprüft und die Maschinen auftragsgerecht eingerichtet werden.

Ob Mailing oder Tagespost: Die WIVA Company versteht sich als Arbeitskollege seiner Kunden, der Druck und Versand beherrscht und alle damit verbundenen Aufgaben prompt und diskret im Hintergrund erledigt.

Weitere Informationen:
www.briefdruckzentrum.de

The WIVA Company