

Werbung und Marktkommunikation - Wien

Adressverlage und Direktmarketingunternehmen

Tätigkeitsprofil von Adressverlagen und Direktmarketingunternehmen

Gewerbewortlaut entsprechend der Bundeseinheitlichen Liste der freien Gewerbe: **Adressverlage und Direktmarketingunternehmen**

Alternative Bezeichnungen

Adressverlag, Direktmarketing-Agentur, Dialogmarketerin/Dialogmarketer, Adressverlag und Direktwerbeunternehmen

Definition

Dialogmarketing-Agenturen sind auf die zielgruppenspezifische Konzeption, Kreation und Umsetzung digitaler und analoger Werbemittel mit dem Ziel, eine Kundenbeziehung zu entwickeln, spezialisiert. Dabei steht der direkte ein- und mehrstufige Response der Rezipienten im Mittelpunkt. Analoge Beispiele für Werbemittel sind etwa zwei- und dreidimensionale personalisierte Werbesendungen unterschiedlicher Formate und Umfänge (von der Postkarte bis zum Versandkatalog) und der Versand von Warenproben ebenso wie unadressierte Flugblätter, im täglichen Sprachgebrauch als „Postwurfsendungen“ bezeichnet. Im digitalen Bereich beschäftigen sich Dialogagenturen etwa mit NewsLettering-Systemen, Websites, Onlinewerbemitteln, Social Media oder mobilen Werbemitteln.

Eine wesentliche Aufgabe kommt den Direktmarketern bei der treuhändischen Verwaltung und Verwendung von Kundenadressen zu: Sie sind in Erfüllung eines gesetzlichen Auftrags für die Berücksichtigung der vom Fachverband Werbung & Marktkommunikation geführten „Robinsonliste“ verantwortlich, in die sich natürliche und juristische Personen kostenlos eintragen können, die kein persönlich adressiertes Werbematerial erhalten wollen.

Haupttätigkeiten

Beratung und Planung, insbesondere Konzeption und Umsetzung von Dialogkampagnen; Gestaltungsleistungen in Zusammenhang mit der Konzeption, Kreation und Umsetzung bzw. Verwertung zu versendender analoger und digitaler Werbemittel; kostengünstige und besonders werbewirksame Versandmöglichkeiten; Customer-Relationship-Management (CRM), Database Marketing.

Durchführung und Umsetzung, Begleitung und Kontrolle bei der Erstellung der Werbemittel und Durchführung von Dialogkampagnen; Lagerhaltung des übergebenen Versandmaterials und Nebenleistungen wie Verpackung und Personalisierung, operative Abwicklung mit der Post und privaten Versendern; begleitende Kontrolle durchgeführter Direktwerbeaktionen.

Treuhändische Adressverwaltung, insbesondere laufende Aktualisierung unter Berücksichtigung der „Robinsonliste“.

Nebentätigkeiten

Meist in Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnerunternehmen: E-Marketing; Telefonmarketing; Systemvertrieb.

Reihung der Leistungsfelder
(1., 2. und 3. nach Bedeutung im jeweiligen Berufsbild)

1. Planung & Beratung	2. Kreation & Design	3. Organisation & Produktion
-----------------------	----------------------	------------------------------

Stand: 03.12.2019