

Kann Druck dem guten Zweck dienlich sein?

In den letzten zehn Jahren ist die Zahl der gemeinnützigen Organisationen um 30 % gestiegen, was zu mehr Wettbewerb um die gleichbleibende Menge an Geldern geführt hat - populäre Online-Fundraising-Plattformen und virales Crowdfunding erschweren die Situation zusätzlich. Jeder will ein Stück vom Kuchen abhaben, oder in diesem Fall einen Anteil am Budget und der Aufmerksamkeit der Spender.

SICH IM GEMEINNÜTZIGEN BEREICH BEWEGEN

Die umtriebigen Spender von heute begegnen täglich unzähligen plattformübergreifenden Aufrufen zum Handeln. Wie können sich also gemeinnützige Organisationen in einer digitalen Welt voller Ablenkungen hervorheben und Loyalität aufbauen? Und wie können sie dies schnell und für weniger Geld erreichen?

ECHE BEZIEHUNGEN FÜHREN ZU ECHEM ERGEBNISSEN

Der Schlüssel, um Spender zu gewinnen und zu binden, ist der Aufbau echter, persönlicher Beziehungen, die über die bloße Sicherung von Spendengeldern hinausgehen. Spender wollen als Partner wahrgenommen werden und nicht nur als zahlungskräftige Geldgeber.

Druck leistet einen wichtigen Beitrag zur Schaffung von tiefgehenden, persönlichen und emotionalen Verbindungen, die für den Erhalt und Ausbau einer soliden Spenderbasis erforderlich sind. Druck bietet eindeutige Vorteile gegenüber der digitalen

Kommunikation, da er ein fühlbares Erlebnis sowie eine willkommene Zuflucht für müde Augen bietet, die mittlerweile darauf trainiert sind, digitale Nachrichten zu ignorieren.

Mit zunehmender digitaler Kommunikation ist das Postaufkommen zurückgegangen, was eine einmalige Gelegenheit für Direktmail darstellt, sich hervorzuheben. Darüber hinaus werden Direktmail und physische Medien als authentischer und vertrauenswürdiger angesehen, was für die Pflege von Spenderbeziehungen sowie die Förderung der Spenderbindung von entscheidender Bedeutung ist.

Druck ist jedoch kein Ersatz für digitale Kommunikation. Vielmehr stellt er eine Ergänzung dar, die als Teil einer lückenlosen Omnichannel-Strategie eingesetzt werden kann. Die Beständigkeit von Druckerzeugnissen wird so mit dem Komfort der digitalen Kommunikation kombiniert, um ein reicheres Spendererlebnis zu schaffen, das zum Handeln bewegt.



Direktmail erfordert 21 % weniger Aufwand beim Verarbeiten und ist 70 % leichter zu behalten als eine digitale Anzeige¹



Mit einer persönlichen Note zum Handeln motivieren

Mit der Xerox® Inkjet-Technologie lassen sich Kosten und Komplexität bei der schnellen Herstellung von Materialien verringern, die Aufmerksamkeit erregen und Emotionen wecken. Die Technologie sorgt für eine Ausgewogenheit von Kosten, Qualität, Schnelligkeit sowie Nachhaltigkeit und ermöglicht es gemeinnützigen Organisationen, ihre Ziele schneller und kostengünstiger zu erreichen. Dies schlägt sich in geringeren Kosten und mehr veränderten Leben nieder.

Die Xerox® Baltoro® HF Inkjet Press bietet die hohe Leistung und optimale Wirtschaftlichkeit, die gemeinnützige Organisationen benötigen, um bestehende Spender zu halten und neue zu gewinnen. Und dank der Tools für Individualisierung und Workflows, die nur Xerox bietet, sind die Möglichkeiten wahrhaft endlos.

MEHR WERT, MEHR WIRKUNG

Mit dem geringsten Platzbedarf in ihrer Klasse und der nötigen Flexibilität für die Zukunft gibt die Baltoro gemeinnützigen Organisationen die Möglichkeit, ihre Geschichte auf eindrucksvolle Weise zu erzählen:

- Sparen Sie gutes Geld, ohne die Wirkung Ihrer Kommunikation zu beeinträchtigen
- Erstellen Sie auf Abruf Materialien in den benötigten Mengen
- Schaffen Sie mehr mit bis zu 2 Millionen Seiten pro Monat
- Erstellen Sie qualitativ hochwertige, individualisierte Mitteilungen in kleinen Auflagen
- Verbessern Sie die Umweltbilanz mit einer nachhaltigen, ungiftigen Lösung, durch die Abfall reduziert wird
- Erregen Sie Aufmerksamkeit mit lebendigen, qualitativ hochwertigen Bildern auf einer breiten Palette von Druckmaterialien

DIE QUINTESSENZ

Gemeinnützige Organisationen sind eine unschätzbare positive Kraft, aber der Kampf um Spendengelder wird mit allen Mitteln geführt. In einer mit digitaler Kommunikation gesättigten Welt kann es schwierig sein, eine Botschaft zu vermitteln und Aufmerksamkeit zu wecken, was Direktmail und andere physische Medien zu einem wirkungsvollen Instrument für den Aufbau von Beziehungen macht, die lebensverändernde Ergebnisse bewirken.

Mit der Baltoro können gemeinnützige Organisationen die Materialien erstellen und die Wirkung erzielen, die sie zur Unterstützung ihrer Sache benötigen - und dies schnell, kostengünstig und genau zum richtigen Zeitpunkt. Sie hilft diesen Organisationen, sich von der Konkurrenz abzuheben und dabei gleichzeitig die Kosten zu senken. Und mit der Fähigkeit, mit Ihnen zu wachsen, ist die Baltoro eine Investition, die die Mission von gemeinnützigen Organisationen auch in den kommenden Jahren unterstützen wird.

Finden Sie heraus, wie die Xerox® Baltoro™ HF Inkjet Press die Mission Ihrer gemeinnützigen Organisation voranbringen kann. Besuchen Sie xerox.com/baltoroHF oder sprechen Sie mit Ihrem Vertriebsmitarbeiter.

1 <http://www.lendingsciencedm.com/how-millennials-respond-direct-mail>

2 <https://www.themailshark.com/resources/articles/is-direct-mail-dead/>

3 <https://www.mobilecause.com/direct-mail-fundraising>

4 <https://greymatterresearch.com/mail-and-email>



3X

mehr Menschen spenden online als Reaktion auf Direktmail als bei einem Aufruf in elektronischer Form.³

Spender sind der Ansicht, dass Direktmail besser geeignet ist, anrührende Geschichten zu erzählen⁴

