



Stephan Kauf, kajomi

Expertenbeitrag: 6 Tipps für erfolgreiches E-Mail-Marketing

Email Marketing wird zu oft vergessen als Teil der Online Marketing Strategie. Ein paar Tipps zum starten.

Die E-Mail ist auch in Zeiten von Social Media das Instrument, mit dem Unternehmen Ihre Kunden digital am besten erreichen können. Sie ist gut planbar, verursacht geringe Kosten, kann unendlich optimiert werden und hat hohe Responseraten. Wie Sie den zielgenauen digitalen Dialog aufnehmen und halten, zeigen die folgenden Tipps:

Ich will keine Schokolade, ich will lieber einen Mann: Bei der Newsletter Anmeldung auf Ihrer Website sollten Sie einzeln auswählbare Themenbereiche anbieten. Damit stellen Sie sicher, dass die Inhalte der Mailings zu den Bedürfnissen oder Interessen der Abonnenten passen. Im Footer eines jeden Newsletters kann ein Link erneut zu einem Auswahlformular führen. Um Abmeldungen aufgrund von nicht relevantem Content zu verhindern, bieten Sie den Abonnenten auch auf der Abmeldeseite noch einmal an, ihre Profile zu spezifizieren.

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance: Die Begrüßungsmail sollte zügig nach der Registrierung im Postfach der User landen, wenn die Erinnerung noch frisch ist. Hierin kann auf die vorherigen Aktionen der Nutzer (wie Kauf, Kaufabbruch, Produktsuche) Bezug genommen werden. Auch können Interessen zur späteren Individualisierung der Mailings abgefragt werden. Branding-Effekte spielen in Begrüßungsmails eine besondere Rolle, weshalb das HTML-Format zu empfehlen ist.

I'm in the middle of a chain reaction: Ein Kunde kauft in letzter Zeit häufiger bei Ihnen oder seit einem halben Jahr nicht mehr? Versenden sie sogenannte Trigger-Mails. Diese werden automatisch verschickt und passen zu dem individuellen Nutzerverhalten. Bedanken Sie sich bei Ihren treuen Kunden oder reaktivieren Sie „schlafende“ Kunden mit Incentives.

The Social Network: Besonders die jüngere Zielgruppe der 16- bis 34 Jährigen möchte Inhalte aus Newslettern gern auf Facebook und Co. teilen (Umfrage von kajomi, 2010). Auch die Älteren holen auf. Integrieren Sie Share-with-your-Network-

Funktionen in Ihre Mailings. Nutzen Sie diese Art der Weiterempfehlung Ihrer Kunden.

Safety first: Für eine E-Mail-Marketing-Kampagne zur Neukundengewinnung benötigen Sie Adressen. Diese können Sie bei einer Agentur oder einem Adressanbieter mieten. Der Adresseigner verschickt Ihre Werbe E-Mail nur in Ihrem Auftrag. Wichtig: Fragen Sie danach, wie die Adressen generiert wurden. Und buchen Sie nur Double-Opt-in-Daten. Damit sind Sie nach aktueller Rechtsprechung auf der sicheren Seite.

Help, I need somebody: Um eine zuverlässige Zustellung Ihrer Mailings – ob an Bestands- oder Neukunden – zu garantieren, lohnt sich die Nutzung einer professionellen Versandsoftware. Bei der Zusammenarbeit mit einer Agentur profitieren Sie auch von deren Beratungsleistung und Erfahrung. Denn die Experten kennen die E-Mail-Marketing-Kniffe für verschiedene Branchen sowie die Bedürfnisse der Empfänger.