

Alles zum Thema E-Mail-Marketing

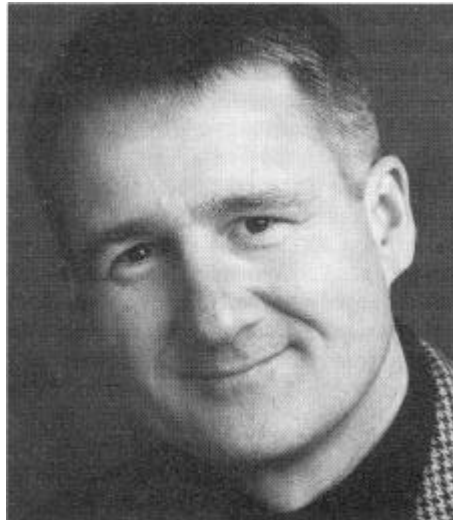
Immer mehr wird das E-Mail neben dem reinen Kommunikationsmittel als powervolles Instrument des Online-Marketings entdeckt. Zu Recht, denn kaum ein anderes Instrument ist so kostengünstig, wirkungsvoll und effektiv wie Electronic Mail.

Mit der Flaute im Internet überlegt sich heute jede Firma zweimal, ob sich ein Auftritt im Internet überhaupt bezahlt macht. Ein richtig konzipierter und jederzeit aktueller Web-Auftritt ist heute aber mehr denn je ein Muss für jedes Unternehmen. Einen echten Nutzen hat der Betreiber aber nur dann von seiner Website, wenn potenzielle und bestehende Kunden diese erstens kennen und zweitens als Informations- und Dialogplattform aktiv nutzen. Es gilt also, die Website bei seinen Kunden und Interessenten immer wieder in Erinnerung zu rufen und diese zu einem Besuch der Homepage anregen.

Grundregel: Zielgruppennähe

Auch bei E-Mail-Marketing gilt die einfache Marketing-Regel: Je näher an der Zielgruppe, desto höher die Aufmerksamkeit und damit der Rücklauf. Das heisst, dass es sich längerfristig auszahlt, langsam und stetig einen Adressstamm von bestehenden und potenziellen Kunden aufzubauen und diese Kontakte dann mit gezielten und wertvollen Informationen auf regelmässiger Basis zu versorgen. Der Empfänger wird dieses Vorgehen mit einer höheren Beachtung der Werbebotschaften und entsprechendem Response danken.

E-Mail hat die Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kunden revolutioniert. Früher hat der Aufwand des Briefschreibens viele davon abgehalten, sich schriftlich zu äussern. Heute kommt täglich eine Flut von elektronischer Post auf uns zu. Bei einer durchschnittlichen Bearbeitungszeit von 5 Minuten pro Nachricht bekommt der Grundsatz «in der Kürze liegt die Würze» eine neue Bedeutung.



Christoph Portmann, Inhaber der Firma Score Marketing. www.ScoreMarketing.ch

Form und Format von E-Mails

Für reine E-Mail-Korrespondenz eignet sich das simple Text-Format am besten. Die Verwendung von HTML-Mails ist unangemessen, denn aus praktischen Gründen, zum Beispiel wegen längerer Übermittlungszeiten und Virengefahr, empfangen immer noch die meisten Nutzer E-Mails im Text-Format. Ein Mail sagt viel über dessen Absender aus. Es lohnt sich, beim Verfassen eines Mails die gleiche Sorgfalt wie beim Schreiben eines konventionellen Briefes walten zu lassen.

Unterschrift nicht vergessen

Besonderes Augenmerk gilt der Unterschrift oder Signatur, die zwingend unter jedes E-Mail gehört. Sie sollte den Namen des Absenders, dessen Firmenanschrift und Kontaktnummern enthalten. Selbstver-

ständig sind sowohl die Internet- wie auch die E-Mail-Adresse aktive Links, so genannte Hyperlinks. Ein Klick darauf, und der User wird auf die entsprechende Website gelinkt.

E-Mails als wichtiger Werbeträger

Erst die Möglichkeit, mit dem Empfänger interaktiv in Kontakt zu treten, macht E-Mail zum Powertool. Mit keinem anderen Werbe- oder Kommunikationsmittel kann man den Empfänger so gezielt ansprechen und ihn zum Handeln bewegen. Sei es, dass er sofort darauf antwortet oder dass er auf einen vordefinierten Link klickt und so unmittelbar auf ein spezifisches Angebot auf der Website gelinkt wird.

E-Mails sind eine perfekte und kostengünstige Alternative zu teuren Massensendungen per Post. Sie bieten eine persönliche und interaktive Ansprache des Adressaten sowie ein einfaches Erreichen von Empfängern in grosser Anzahl. Heute sind dafür kostengünstige Newsletter-Module erhältlich, die in jede Website ohne grossen Aufwand integriert werden können. Als Alternative können E-Mails übrigens auch ohne grossen Aufwand und vor allem mit individueller, persönlicher Ansprache mit der Word-Seriendruck-Funktion direkt aus dem Ordner Kontakte von MS-Outlook versandt werden.

Achtung: Das Adressfeld Cc. eignet sich für einen Mehrfachversand nicht, denn damit werden alle verwendeten E-Mail-Adressen den Empfängern zugänglich. Verwenden Sie dafür ausschliesslich das Feld Bcc.

Der Einsatz des Newsletters

Unter Newsletter versteht man die regelmässige Aussendung von Informationen zu einem bestimmten Thema in Form eines E-Mails. Newsletter können sowohl zur Akquisition von neuen und zur Bindung von bestehenden Kunden eingesetzt werden. Newsletter sind die digitale Form der Kundenzeitschrift mit all den Vorteilen, die Kommunikation via E-Mail bietet. Schnell, kostengünstig und vor allem interaktiv. Der Empfänger abonniert den Newsletter in der Regel über ein Formular auf der Website des Anbieters. Mit der Anmeldung signalisiert er sein Interesse und gibt seine Einwilligung zum Versenden des Newsletters an seine E-Mail-Adresse. Newsletter können sowohl zur Kundenbindung (Beziehungsmarketing) als auch als Traffic-BUILDER (Erhöhung der Zugriffe) für eine Website eingesetzt werden.

E-Mail-Netiquette

1. Aussagekräftiger Betreff

Dieser erleichtert dem Empfänger die Arbeit, indem er das eintreffende E-Mail sofort klassifizieren und einordnen kann.

2. Grusszeile einfügen

Nie darauf verzichten. Das Mail wirkt ohne Grusszeile unpersönlich, unvollständig und unhöflich.

3. Klare Sprache

Konzentration auf das Wesentliche. Kommen Sie schnell und direkt zur Sache.

4. Stil und Rechtschreibung

Insbesondere bei geschäftlicher Korrespondenz auf Wortwahl und Rechtschreibung achten.

5. Layout beachten

Verlassen Sie sich nicht auf den automatischen Zeilenumbruch des Mail-Programms, denn beim Empfänger könnte es ganz anders eingestellt sein.

6. Ungefragtes weiterleiten

E-Mails nicht ungefragt weiterleiten.

7. Massensendung via BCC

Bei einem Massensendungs E-Mail-Adressen unbedingt ins BCC-Feld einsetzen, sonst sind sie für alle Empfänger ersichtlich.

8. Zur Kenntnis

Senden Sie E-Mails nur dann zur Kenntnis (CC) wenn dies entweder nötig ist oder dies für den Empfänger tatsächlich von Interesse ist.

9. Anhang/Attachments

Um lange Download-Zeiten auf der Seite des Empfängers zu vermeiden, max. 1 MB als angehängte Daten. Im Zweifelsfall Anhang vorher ankündigen.

10. Sicherheit/Vertraulichkeit

Sensible Informationen gehören nicht in E-Mails. Die abgehenden Mails werden meist unverschlüsselt via Internet übertragen und können von Hackern leicht abgefangen und eingesehen werden.