



Werben Sie online, und zeigen Sie sich dabei von Ihrer besten Seite – es lohnt sich!

E-Mail-Marketing: Mehrwert bieten!

Marketing per E-Mail? Winken Sie nicht vorschnell ab: Wenn Sie unseren Empfehlungen folgen, sind Ihre Erfolgsaussichten ausgesprochen gut.

Warum E-Mail-Marketing so beliebt ist, lässt sich leicht erklären: Online ist preiswerter (Faktor zehn), schneller, direkter und vielseitiger als der Postversand. Wird die E-Mail tatsächlich geöffnet, erfährt das Produkt oder Angebot ungeteilte Aufmerksamkeit. Wer jetzt nicht E-mailt, ist also selbst schuld – wäre da nicht das Schmuddel-Image der Werbemail, verursacht durch Viagra-Versender etc., aber ebenso durch unzählige lieblos gemachte »seriöse« Mail-Kampagnen. Auch wenn E-Mailings kaum etwas kosten: Sind sie unprofessionell, bringen sie nichts und vergraulen Kunden. Hier einige wichtige Tipps.

1. Adressen: Niemals kaufen! Sammeln und gewinnen Sie laufend eigene Kundenadressen, und halten Sie diesen Schatz immer auf dem neuesten Stand.

2. Richtiger Ansprechpartner: E-Mails an allgemeine Firmenadressen (»info@kaiser-meier.de«) erreichen, zumal in größeren Unternehmen, häufig nicht die zuständige Person. Fragen Sie also gezielt nach.

3. E-Mail-Erlaubnis: Unerlaubte zugeschickte Werbe-E-Mails (Spamming) sind das genaue Gegenteil eines erfolgreichen E-Marketings und verboten. Je personalisierter eine E-Mail ist, desto höher die Aufmerksamkeit.

4. Wort und Form: Der erste Eindruck schafft beim Empfänger Vertrauen – oder eben auch nicht. Ihr Text muss deshalb sehr sorgfältig formuliert und ihre E-Mail attraktiv und klar gestaltet sein. Eine lieblos hingefummelte Mail voller Rechtschreibfehler in kumpelhaftem Ton bringt Sie um alle Chancen.

5. Nur eine Nachricht pro Mail: Ihre Werbe-E-Mail sollte kurz und übersichtlich sein. Liefern Sie jeweils nur *eine* zentrale Information. Verweisen Sie auf weitere Infos in Ihrer Website. Heben Sie Termine gegebenenfalls klar hervor. Und sagen Sie dem Empfänger am Schluss, was er jetzt tun muss, wenn ihn Ihr Angebot interessiert.

6. Absender deutlich machen: Ein häufiges Ärgernis: Oft ist der Absender der E-Mail nicht ersichtlich. Nennen Sie deshalb stets Ihren Namen, die Firma, Post-

anschrift, Telefon- und Faxnummer, E-Mail- und Domain-Adresse.

7. Betreffzeile: Ihre Bedeutung wird oft unterschätzt. Viele Internetnutzer erhalten so viele Werbe-E-Mails, dass sie zeitlich nicht mehr in der Lage sind, sie vollständig zu lesen. Sie selektieren ihre neu eingegangenen E-Mails deshalb ausschließlich anhand der Betreffzeile. Bereits hier müssen Sie deshalb mit Ihrer Formulierung die Aufmerksamkeit des Empfängers auf Ihr Angebot lenken.

8. Erfolgskontrolle. Die Response auf eine Werbe-E-Mail kann man messen: Es gibt inzwischen Software (fragen Sie uns bei Interesse!), die Öffnungsraten misst. So erhalten Sie wichtige Rückschlüsse auf Ihre Leserschaft.

9. Auf Antworten schnell reagieren: Faustregel: bis 24 Stunden später – optimal; bis 48 Stunden – ausreichend; später als 48 Stunden – schlecht, ggf. sollten Sie sich kurz entschuldigen.

10. Newsletter per E-Mail: Als ausgesprochen attraktiv hat sich der elektronische Newsletter erwiesen – insbesondere für die Kundenbindung. Unterschätzen Sie aber nicht den Aufwand, der nötig ist, um gleichbleibend wertvolle Inhalte zu liefern. E-Mail-Kunden wünschen zudem eine Vorzugsbehandlung. Der Werbeerfolg eines Newsletters ist mittelfristig beachtlich, wenn er richtig konzipiert und gestaltet ist (Checkliste anfordern!). Hier eröffnet sich auch dem Tischlern und Schreibern ein günstiger Einstieg in die Online-Werbung.

Burga Warrings, Uwe Engelhardt

Im nächsten dds (April 2007): Flyer oder Hochglanzbroschüre?

Die Autoren

Burga Warrings und Uwe Engelhardt
Marketingagentur Provice
86899 Landsberg, Tel.: (08191) 9852-16,
Fax: 9852-79, www.provice.net

dds-Abonnenten erhalten kostenlos die Checkliste »E-Mail-Newsletter« – einfach anfordern bei service@provice.net, Stichwort: E-Mail-Newsletter. Wenn wir Sie in den Provice-E-Mail-Verteiler aufnehmen sollen, heißt Ihr Stichwort: Aufnahme E-Mail-Verteiler