

i-spot

Newsletter der Intersim AG

E-MAIL-MARKETING

E-Mail-Marketing ist ein sinnvoller Eckpfeiler in einer E-Marketing-Strategie, weil es ein kostengünstiges und flexibel einsetzbares Werkzeug ist.

isg. Mit Mails kann die Kundenbindung vertieft, der Verkauf gefördert und der Brand bekannt gemacht werden. Und das schönste daran: Die Empfänger-Reaktion ist äusserst kurz.

Doch damit ein Newsletter auch zum Erfolg wird, müssen wichtige Punkte beachtet werden:

Senden Sie nur Mails an Empfänger, die Ihre Nachricht auch wünschen (Permission Marketing). Geben Sie dem Empfänger die Möglichkeit, sich von der Liste zu streichen.

Sprechen Sie den Empfänger persönlich mit Namen an und geben Sie sich als Absender mit Namen zu erkennen (nicht newsletter@firma.com).

Der Betreff-Text entscheidet darüber, ob der Newsletter gelesen wird. Machen Sie einfach formulierte und konkrete Angaben zum Inhalt. Sprechen Sie den Empfänger direkt an, werfen Sie eine Frage auf oder lösen Sie verbal ein Problem.

Passen Sie Stil und Inhalt dem Medium und der Zielgruppe an. Machen Sie kurze, verständliche Sätze. Vermeiden Sie Begriffe, die Spam-Filter aktivieren könnten („cash“, „gratis“, Grossschrift, mehrere Ausrufezeichen etc.). Die geeignete Wahl der Bilder und die Formulierung der Texte sind Erfolgsfaktoren.

Seien Sie auf Rückmeldungen gefasst. Bearbeiten Sie diese sorgfältig und

schnell (1-2 Arbeitstage). Ganze 90% der E-Mail BenutzerInnen erwarten gemäss Umfragen eine Antwort innerhalb von 12 h.

Werten Sie den Erfolg eines Mailings aus. Moderne E-Mail-Marketing-Tools bieten die Möglichkeit, *Click-Rate*, *Open-Rate* und *Conversation-Rate* zu messen. Damit kann Ihr Inhalt besser auf die Zielgruppe abgestimmt werden.

Versenden Sie den Newsletter regelmässig und mit der gleichen Struktur. Der Empfänger spricht besser auf Bekanntes an. Und übrigens: Studien haben ergeben, dass die Wirkung von Mails am Dienstag und Freitag (für Produktangebote) die Beste ist.

ADRESSBESCHAFFUNG FÜR NEWSLETTER

isg. Der beste Newsletter nützt nicht sehr viel, wenn ihn fast niemand zugeschickt bekommt. Doch wie kommt man zu gültigen E-Mail-Adressen?

Eine wichtige Anspruchsgruppe sind die bestehenden Kunden. Die Beschaffung dieser Adressen sollte relativ einfach über ein Direct-Mailing möglich sein.

Eine Möglichkeit zur Beschaffung weiterer Adressen von hoher Qualität besteht darin, über die Print-Medien oder/und auf der Homepage einen Wettbewerb oder ein Game zu lancieren, bei dem die E-Mail-Angabe Pflicht ist. Lassen Sie dem Besucher aber die Wahl, ob er einen Newsletter erhalten will.

Die bestehende Homepage bietet –zig Möglichkeiten, mit Interaktionen (Umfrage, Foren etc.) an die E-Mail-Adressen der Besucher heranzukommen.

Neben diesen "opt-in"-Sammel-Versuchen gibt es

auch halblegale und illegale Techniken, die automatisiert E-mail-Adressen aus fremden Dokumenten, Datenbanken, Web-Sites, Mailing-Listen etc. "absaugen". Diese Methoden sollten aber für seriöse Unternehmen tabu sein.

Glossar: Fachbegriffe im E-Mail-Marketing

isg. Bounce Rate: Gibt an, wie viele E-Mails bei der Zielgruppe nicht angekommen sind (beispielsweise ungültige Mailadresse oder Mailbox voll).

Click Rate: Gibt an, wie häufig ein Link innerhalb des Newsletters angeklickt wird.

Conversation Rate: Gibt an, wie viele Geschäfte direkt aufgrund der Zielsetzung des Newsletters erzielt werden.

Open Rate: Gibt an, wie häufig der Newsletter geöffnet wird (nur bei HTML-Format möglich).

Opt-in/out, Confirmed Opt-in/out: Einfache An-/Abmeldung ohne Bestätigung durch ein E-Mail, respektive bei "Confirmed" mit Bestätigungsmail.

Permission Marketing: Nur Personen, welche ausdrücklich ihre Einwilligung gegeben haben, werden mit dem Newsletter bedient.

Leute: heute ...



Sandra Termignone

Sandra Termignone ist mit ihrer Erfahrung, ihrem Background in Wirtschaftsinformatik und ihrer aktuellen Ausbildung zur Marketing-Assistentin bestens zur Kundenbetreuung geeignet. Sie vereint technisches Wissen und unternehmerisches Denken. Entspannung und Erholung findet sie je nach Jahreszeit beim Curling oder Segeln.

☎ www.termignone.ch

Übrigens ...

Die Firma Stebler, Spezialist für Glas- und Metallbau gibt sich ein neues Gesicht: Ein Firmenneubau in Oensingen, ein neues Erscheinungsbild und eine erneuerte Internet-Präsenz zeigen ein modernes und dynamisches Unternehmen, das bestens für die Zukunft gerüstet ist. Im September können die neue Produktionshalle und die technischen Büros besichtigt werden.

☎ www.stebler.ch

Und wieder kämpfen die Eishockey-Cracks um den begehrten Meistertitel: Start der Nationalliga-Saison ist Freitag, der 9. September. Alle Infos finden Sie hier:

☎ www.sehv.ch

Die Intersim AG wird zwei neue Lernende zu Cracks ausbilden: Thien-An Bui und Martin Ott haben im August bei uns die Informatikerlehre angetreten. Martin absolviert eine zweijährige Lehre für Gymnasiums-Abgänger nach dem Way-Up-Prinzip.

☎ www.way-up.ch

i-spot(t)

Was suchen wir?

Die, die wir haben, wollen wir nicht; die, die wir wollen, brauchen wir nicht; die, die wir brauchen, gibt es nicht.

☎ Information@intersim.ch