

Best-Practice-Empfehlung - Steigern Sie Ihre Email-Marketing Response und Conversion mit automatisierten Emails

Mit steigendem Druck qualitativ hochwertige Leads zu generieren und den ROI zu steigern, setzen Marketer weiterhin vermehrt auf Email-Marketing - die Performance von Kampagnen ist exakt messbar und die Interaktion mit den Kunden während des gesamten „Lebenszyklus“ kann komplett automatisiert werden.

Durch Automatisierung kann erfolgreiches Email-Marketing noch wesentlich erfolgreicher werden: transaktionsbasierte und automatisierte Email-Kampagnen sind deshalb so effektiv, weil sie auf dem Verhalten der Kunden basieren. Bei einer Veränderung im Verhalten oder im Profil des Kunden (z.B. ein Opt-In, ein Kauf oder ein abgebrochener Warenkorb) wird eine automatische Email angestoßen.

Am häufigsten verwendet werden automatisierte Nachrichten im Email-Marketing in Bezug auf:

Begrüßungsemails - wenn die Registrierung, der Kauf oder der Download abgeschlossen ist, wird automatisch eine Begrüßungsemail an den Kunden oder den Interessenten verschickt.

Behavioural Targeting - basierend auf dem Kundenverhalten auf Ihrer Webseite werden automatisch Emails mit relevanten Inhalten analog zu den Interessen des Kunden verschickt.

Cross- / Up-Selling Kampagnen - auch Cross- und Up-Selling Kampagnen basierend auf dem Kaufverhalten Ihrer Kunden können vollkommen automatisiert versendet werden.

Hier noch einige Expertentipps, wie Sie bei der Implementierung von Automatisierungen vorgehen sollten:

1. Legen Sie Ihre Strategie fest - nur eine ganzheitliche Email-Marketing Strategie ist erfolgreich und erzeugt einen signifikanten ROI. Sie sollten genau analysieren, wann automatisierten Emails angemessen und welche Inhalte für den Empfänger relevant sind: Up-Selling Kampagnen funktionieren beispielsweise nur, wenn das beworbene Produkt wirklich von Interesse für den Kunden ist.

2. Beginnen Sie einfach - beginnen Sie damit einfache Emails wie Begrüßungsemails, Bestellbestätigungen oder Dankesemails zu automatisieren. Sie können beispielsweise eine nette Dankesnachricht für alle Aktionen die auf Ihrer Website durchgeführt werden implementieren (Newsletteranmeldung, Registrierung, Ausfüllen eines Formulars, usw.).

3. Automatisieren Sie in Stufen - Einige Automatisierungen sind komplexer als andere und brauchen mehr Erfahrung und Tests. Finden Sie heraus, welche Sie einfach integrieren können und beginnen Sie mit diesen.

4. Kontrollieren Sie die Frequenz - nachdem Sie ihre Strategie entwickelt haben, analysieren Sie Ihre Planung und bestimmen Sie die Aussendefrequenz. Sie wollen doch nicht drei automatisierte Emails innerhalb eines Tages an einen Kunden schicken.

eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Vorstand
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke
Lars Wössner

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Mark Wössner

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 136 334 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 100 / 40062



5. Achten Sie auf das Timing - eine Serie von automatisierten Emails hilft Ihnen effektiv mit Ihrem Kunden in Kontakt zu bleiben, bis dieser die nächste Aktion durchführt. Die erste Email sollte sofort oder spätestens innerhalb der nächsten zwei Stunden nach der letzten Aktion verschickt werden.

6. Call to Action - integrieren Sie eine Deadline in Ihre Email. Damit erzeugen Sie eine gewisse Dringlichkeit und fokussieren den Kunden auf die Handlung (z.B. Rabatte für einen gewissen Zeitraum). Gehen Sie sicher, dass Sie einen Call-to-Action-Button integriert haben, der den Kunden direkt auf die richtige Landingpage führt.

7. Individualisierung und Personalisierung - Relevanz bedeutet, dass Sie Ihre Nachrichten individuell dem Interesse Ihres Kunden anpassen sollten. Um einen anhaltenden Dialog zu gestalten, integrieren Sie personalisierte Inhalte analog zum den Vorlieben oder dem Verhalten Ihrer Kunden in Ihre Kampagnen. Bricht der Kunden zum Beispiel seinen Kauf im Warenkorb ab, zeigen Sie ihm was noch in seinem Einkaufswagen ist und wie er die Bestellung abschließen kann. Wir empfehlen außerdem den Absender zu personalisieren, um Vertrauen zu schaffen.

8. Denken Sie wie Ihr Kunde: sehen Sie Ihre Kampagnen immer kritisch mit dem Auge Ihres Kunden. Bei welcher Frequenz von automatisierten Emails fühlt sich der Kunde bombardiert? Welche Werbemöglichkeiten sind angebrachter: Cross- oder Up-Selling, Rabatte, Versandkostenfreiheit?

9. Kreativität und Inhalte - die erfolgreichsten automatisierten Emails sind nicht immer die mit dem kreativsten Inhalt, sondern die, die zur richtigen Zeit mit der richtigen Nachricht ankommen. Investieren Sie genug Zeit, um den Inhalt und die Angebote Ihres Newsletters zu planen.

10. Tracking, Tracking, Tracking - all der Aufwand, den Sie investieren nützt nichts, wenn die Auswertungen nicht genau sind. Beobachten und analysieren Sie die Öffnungs- und Klickraten und die Verkäufe.

Über den Autor

Volker Wiewer ist Vorstandsvorsitzender der eCircle AG und verantwortet europaweit die Bereiche Vertrieb und Marketing. Wiewer ist Autor zahlreicher Artikel zum Thema Email- und Multi-Channel-Marketing sowie einer der führenden Referenten auf branchenrelevanten Kongressen und Messen in ganz Europa.

Dieser Artikel ist ein Auszug aus dem monatlichen Newsletter "Inside Digital Marketing" der eCircle AG. Falls Sie diesen Artikel weitergeleitet bekommen haben und zukünftig auch über Neuigkeiten aus der Branche informiert werden möchten, können Sie sich hier anmelden:

<http://www.ecircle.com/de/newsletter>

eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49 (0)89 / 120 09-600
F +49 (0)89 / 120 09-750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Vorstand
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Alexander Meyer
Thomas Wilke
Lars Wössner

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Mark Wössner

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 136 334 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 100 / 40062

