



Whitepaper Sicherheit

Die Kraft des Email Marketing während der Rezession
Die Top Tipps zur Finanzkrise

Email-Marketing während der Rezession

Dies ist die erste Rezession seit den Anfängen der digitalen Ära und es wird sich zeigen, inwieweit sich die Umstände für Marketer im Vergleich zu den frühen 90er Jahren ändern werden. Sie können sich glücklich schätzen Marketer im neuen Jahrtausend zu sein! Im Vergleich zum traditionellen Marketing vor 10 Jahren stehen Ihnen heute günstigere und messbare Alternativen zu Verfügung: das Internet und vor allem die Email.

Dank ständiger Innovationen und einer hohen Messbarkeit ist das World Wide Web in Zeiten wirtschaftlicher Verunsicherung wichtiger denn je – gerade wenn Marketer gefordert sind jeden Euro Ihres Budgets zu rechtfertigen. Häufig wird während einer Rezession zuerst das Marketing-Budget gekürzt, auch wenn während eines wirtschaftlichen Abschwungs das Gebot der Stunde eigentlich lautet die Marketing-Ausgaben zu erhöhen. Der Schlüssel zum Erfolg bedeutet also mehr Marketing zu geringeren Kosten. Und genau das bieten Ihnen Internet und Email.

Wie aktuelle Studien zeigen, sind Unternehmen davon überzeugt, dass ihnen Email-Marketing die besten Möglichkeiten bietet ihre Kunden zu erreichen. 59 Prozent beabsichtigen demzufolge die Ausgaben für Email-Marketing im Jahr 2009 zu steigern, wobei die Werbeformen Email und E-Newsletter im Fokus der meisten Unternehmen stehen. Auch Experten prognostizieren für 2009 eine weitere Zunahme der Online-Ausgaben, da sich viele Marketer vom traditionellen Marketing hin zu Email- und Online-Marketing bewegen werden.

Zudem werde der digitale Handel laut Expertenaussagen weniger von der Finanzkrise betroffen sein als der Handel im Gesamten, da die Käufer von schnelleren Lieferzeiten profitieren, bessere Zahlungskonditionen erwarten und das Ergebnis sofort sehen können..

Dabei müssen Sie schnell reagieren und Ihren Kunden das gewünschte Produkt genau zu dem Zeitpunkt anbieten, zu dem sie es benötigen. Statistiken des letzten Quartals 2008 belegen, dass die großen Consumer Brands zunehmend Email-Marketing nutzten. Es kam dabei zu Steigerungen des Versandvolumens von bis zu 25%, da die Unternehmen unter anderem ihre Weihnachtskampagnen mit der günstigen Marketing-Lösungen ankurbelten.

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

Kontaktieren Sie uns!

Wenn Sie weitere Informationen über unsere Produkte und Dienstleistungen, allgemeine Preisinformationen oder ein individuelles Angebot wünschen, schreiben Sie uns. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.



Sie müssen als Marketer Verkäufe und Einnahmen schnell und günstig generieren. In Zeiten der Rezession heißt es also: weg von teuren, schwer messbaren Formen des klassischen und hin zum Online- und digitalem Marketing!

Die Top Tipps für Marketing während der Finanzkrise

1) Fokus auf messbare Marketing-Tools legen

Marketing-Tools die keinen messbaren ROI erzeugen, werden während der Rezession gandenlos den Einsparungen zum Opfer fallen. Fokussieren sie sich auf Online-Tools wie Email und Webanalyse, denn durch diese erhalten Sie ein exaktes Feedback auf dessen Basis Sie Ihr Budget gezielt dort investieren können wo es am meisten bewirkt

2) Email Marketing intelligent einsetzen

Wenn Sie mit kleineren Ressourcen auskommen müssen, wird die Performance Ihrer Marketing-Kampagnen von zwei Dingen abhängen: der Qualität Ihrer Kontakte und einem exakten Targeting. Die gute Nachricht ist, dass die Nutzung einer professionellen Email-Marketing-Software die Kosten einer solchen Realisierung im Vergleich zum Gewinn sehr niedrig hält. Durch Profilanreicherungen und die Möglichkeiten der Segmentierung werden Klicks und Verkäufe mit Sicherheit steigen.

3) Inhouse vs. Outsourcing

Outsourcing ist häufig kostengünstiger als Abläufe intern zu organisieren. Suchen Sie ein professionelles Unternehmen, welches über sehr gute Kenntnis der Branche und Erfahrung verfügt, sowie gute Ergebnisse auf allen Gebieten des Email- und Online-Marketing vorweisen kann.

4) Qualität vs. Quantität

Während schwieriger Zeiten die Ergebnisse durch Email-Marketing zu verbessern scheint leicht – man erhöht einfach die Versandhäufigkeit. Wenn jedoch der Inhalt für die Kunden nicht von Interesse ist, werden Sie nur die Abmelde-Raten erhöhen. Sie müssen Ihre Kunden individuell betreuen und ihnen Angebote und Inhalte bieten, die zu ihnen passen. Die Kunst dabei ist, die richtige Balance zwischen Qualität und Quantität zu finden. Versenden Sie mit Ihrer Email-Software automatisiert Emails die konkret auf dem Verhalten der Nutzer basieren. Die Auslöser für

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

Kontaktieren Sie uns!

Wenn Sie weitere Informationen über unsere Produkte und Dienstleistungen, allgemeine Preisinformationen oder ein individuelles Angebot wünschen, schreiben Sie uns. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.



Aktionen können dabei verschieden sein, so kann z.B. der Abbruch eines Einkaufs, eine Registrierung oder der Versand eines Treuebonus

- 5) Stellen Sie sicher, dass Ihre Website mit Ihren Kunden kommuniziert
Der Traffic zu ihrer Website kann von vielen Quellen wie z.B. Adwords, Affiliate-Programmen oder Email-Newslettern kommen. Abhängig von der Qualität des Traffics werden einige User einen Kauf tätigen. Der Großteil des Traffics wird jedoch nicht sofort Konversion erzeugen, aber Leads für Ihr Geschäft generieren. Sie müssen sicher gehen, dass ihre Website Leads an Ihrer Qualität unterscheidet und die Email-Adressen der wichtigen Leads ermitteln kann. Wenn Sie über integriertes Email-Marketing und Web-Analyse-Tools verfügen, können Sie den Besuchern Ihrer Website gezielte Email Angebote basierend auf ihrem Online-Verhalten senden. Dadurch wird eine höhere Konversion generiert und der gesamten ROI Ihres Online-Geschäfts gesteigert.
- 6) Kundenservice
Der Wert eines exzellenten Kunden Service kann darf nicht unterschätzt werden. Vermitteln Sie Ihren Kunden das Gefühl etwas Besonderes zu sein. Kunden werden mehr kaufen, wenn Sie zufrieden mit Ihrem Service sind. Versuchen Sie Ihre Kunden von sich einzunehmen. Bringen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden in Erfahrung und senden Sie relevante und personalisierte Angebote. Die Bindung zu Ihren Kunden wird dadurch zusätzlich gestärkt.
- 7) Machen Sie das Beste aus den verfügbaren Ressourcen
Es ist immer günstiger die bestehenden Ressourcen zu nutzen, als neue zu generieren. Verwenden Sie mehr Zeit auf Marketing für bestehende Kunden. Lernen Sie Kundenwünsche kennen und entwickeln Sie Kampagnen zur Pflege Ihrer Kontakte. Offerieren Sie gute Angebote und neue Inhalte und bereinigen Sie Ihre Datenbank durch zusätzliche Profilierung.
- 8) Stellen Sie sich so ansprechend wie möglich dar
Als Folge der Finanzkrise werden Käufer vorsichtiger, aus diesem Grund ist es wichtig den Kunden Sicherheiten zu vermitteln. Kundenreferenzen und Auszeichnungen können Ihr Unternehmen für Kunden ansprechender machen. Das Angebot von Whitepaper und Best Practices Artikeln ist eine gute Möglichkeit zu zeigen, dass Sie Erfahrung und Wissen auf Ihrem Gebiet besitzen.
- 9) Erinnern Sie sich an Paretos Gesetz
Im allgemeinen werden 80% Ihres Umsatzes von 20% Ihrer Kunden gemacht, Denken Sie daran, wenn Sie Ihre Budgets und Ressourcen verteilen.

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

Kontaktieren Sie uns!

Wenn Sie weitere Informationen über unsere Produkte und Dienstleistungen, allgemeine Preisinformationen oder ein individuelles Angebot wünschen, schreiben Sie uns. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.





Über die eCircle AG

eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für digitales Direktmarketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen - wie die Deutsche Post, Volvo, Thomas Cook, OTTO und Nintendo - vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 160 Mitarbeiter und ist mit eigenen Niederlassungen in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien vertreten.

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

Kontaktieren Sie uns!

Wenn Sie weitere Informationen über unsere Produkte und Dienstleistungen, allgemeine Preisinformationen oder ein individuelles Angebot wünschen, schreiben Sie uns. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

