

Mit E-Mail-Marketing neue Kunden gewinnen

Niemand spaziert einfach so an Ihrer Homepage vorbei, öffnet die Ladentür und tritt ein. Erfolgreich ist Ihre Internet-Präsenz nur dann, wenn Sie dafür auch werben. Am besten direkt vor Ort, im Internet: Interessenten erhalten per E-Mail einen Newsletter. Und mit einem Mausklick sind sie dann auf Ihrer Homepage.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind Marketinginstrumente gefragt, die vor allem eins sind: effizient. Budgets für flächendeckende Markenkampagnen und umfangreiche Hochglanzprodukte geraten in den Hintergrund. Zu den effizientesten Kommunikationswerkzeugen gehört zweifellos der elektronische Newsletter, der per E-Mail verschickt wird.

Für alle Branchen und Grössen

E-Mail-Marketing ist das Werkzeug, welches im Bezug auf die direkte Kundenansprache am stärksten an Bedeutung zulegt. Rascher und preiswerter als per E-Mail können Informationen nicht zum Zielpublikum transportiert werden. Und notabene zu Personen, die vorgängig «ja, ich will Ihren Newsletter bekommen», gesagt haben. Elektronische Newsletter

eigenen sich für alle Firmen, egal von welcher Branche und Grösse.

Neue Kunden gewinnen – aber richtig
E-Mail-Marketing kann sich aber auch als zweischneidiges Schwert erweisen. Wer Fehler macht, gilt rasch als Spammer und bekommt über kurz oder lang ein Imageproblem. Als Spam wird die unerwünschte E-Mail-Werbung bezeichnet, die jeden Tag die Postfächer verstopft und eigentlich verboten ist. Wer E-Mail-Marketing aber richtig betreibt, gewinnt: Bestehende Kundenbeziehungen werden vertieft, und neue Kunden kommen hinzu.

E-Mail-Marketing gelingt

Wenn man sich einen Adressstamm aufbaut, dessen Empfänger einem vertrauen («ja, ich will Ihren Newsletter bekommen»). Wenn man nur schreibt, wenn man etwas zu sagen hat und sich so den Ruf eines kompetenten Partners aufbaut.

Mit einem Klick auf Ihrer Homepage

Ein guter Newsletter ist inhaltlich klar und übersichtlich gegliedert. Auf kleinstem Raum müssen die wichtigsten Inhalte schnell lesbar und die Nutzensvorteile sofort erkennbar sein. Denn E-Mails werden blitzschnell gelesen. Die entscheidende Frage ist immer: «Muss ich das lesen? Oder kann ich es gleich lösen?» Diese Hürde gilt es zu überwinden. Bereits zwei bis drei Themen rei-

chen für einen guten Newsletter, als prägnante Kurztexpte, angereichert mit einem Bild oder einer Grafik. Ist der Empfänger an mehr Informationen interessiert, klickt er auf den integrierten Link und landet direkt auf der Homepage und kann so: Hintergrundinformationen lesen, Wettbewerbsformular ausfüllen, Produktmuster bestellen, Beratungsgespräche vereinbaren, Kundenreferenzen nachlesen, Bildergalerien betrachten, usw.

Insbesondere für kleine und mittlere Betriebe liegen die Vorteile mit E-Mail-Marketing auf der Hand: Geringe Werbekosten, tiefe Streuverluste, mehr Kun-

dennähe und mehr Besucher auf der Homepage.

Für Werbung, die wirkt

Die Gnädinger Marketingwerkstatt kennt das Metier und weiss, wie man E-Mail Marketing professionell betreibt und damit neue Kunden gewinnt. Von der Definition der Inhalte, über die Adressselektion und Newsletter-Gestaltung, bis hin zum Versand.

Gnädinger Marketingwerkstatt, Alte Steinhäuserstrasse 19, 6330 Cham, Telefon 041 740 07 42, info@marketingwerkstatt.ch, www.marketingwerkstatt.ch.



«Mit gutem E-Mail-Marketing ist die Brücke zum Kunden rasch geschlagen.»
Andreas Gnädinger, Gnädinger Marketingwerkstatt.