



## E-Mail-Marketing: digital, direkt und wirkungsvoll.

E-Mails sind ein sehr mächtiges Kommunikationsinstrument und heute durch nichts zu ersetzen. Egal ob sie mit Kunden, Geschäftspartnern oder Meinungsbildnern in Kontakt treten: Quer durch alle Branchen erzielen Unternehmen mit individualisiertem, digitalem Direktmarketing sensationelle Erfolge. Warum also nicht auch Sie?

In diesem Trendnewsletter geben wir Antworten auf die wichtigsten Fragen zum Thema E-Mail-Marketing:

**Ist E-Mail-Marketing zeitgemäß?**

**Für wen rentiert sich E-Mail-Marketing?**

**Welche Inhalte eignen sich am besten?**

**Was bringen individualisierte Mails?**

**Was muss eine Newsletter-Software können?**

Inhalt des Fachartikels:

5 Antworten für Entscheider.  
Fazit.



## 5 Antworten für Entscheider.

### Ist E-Mail-Marketing zeitgemäß?

Diese Frage beantworten wir mit einem klaren Ja!

E-Mails sind heute das populärste und am meisten genutzte Kommunikationsmittel in der Geschäftswelt. Nahezu jeder ist bereits per E-Mail erreichbar.

Direkt, effizient und kostengünstig werden personalisierte, digitale Mails punktgenau und mit individualisierten Inhalten an die Zielgruppe versendet.

Aus der Sicht der Empfänger haben diese professionellen Newsletter einen hohen Stellenwert. Die Dialogbereitschaft der Empfänger ist hoch, sie schätzen die schnelle und einfache Kommunikation. Kaum ein anderes Medium kann da mithalten. Deshalb setzen auch große Konzerne zunehmend auf professionelles E-Mail-Marketing. Newsletter sind zudem umweltschonend und unschlagbar günstig im Vergleich zu Post-Mailings. In der Kosten/Nutzen-Relation ist E-Mail-Marketing daher absolut spitze.

### Für wen rentiert sich E-Mail-Marketing?

Unternehmen aller Größen und Branchen setzen E-Mail-Marketing bereits erfolgreich zur Umsatzsteigerung, Imagepflege und langfristigen Kundenbindung ein. Dabei ist E-Mail-Marketing mehr als das reine Versenden von Newslettern.

Es richtet sich an eine Vielzahl möglicher Zielgruppen wie Kunden, Lieferanten, Partner, Mitarbeiter, Interessenten oder Freunde. Dementsprechend lässt es sich zur Erreichung einer Vielzahl von Marketingzielen einsetzen.

In der Vergangenheit wurde E-Mail-Marketing ausschließlich zur Kommunikation mit Endkunden (B2C) eingesetzt. Neuerdings erkennen aber viele Firmen das enorme Potenzial für den B2B-Bereich. Sie versorgen ihre Geschäftspartner schnell und kostengünstig mit aktuellen Informationen wie Produktneuheiten, Messeterminen, speziellen Angeboten u.v.m. Auch die interne Kommunikation zu Mitarbeitern erfährt durch E-Mail-Marketing neuen Schwung.

### Welche Inhalte eignen sich am besten?

Themen für Newsletter gibt es wie Sand am Meer. Je nach Zielsetzung bieten sich zahlreiche Möglichkeiten für kreative Ideen. Halten Sie Ihre Zielgruppen auf dem Laufenden und vermitteln Sie wichtige Unternehmensinformationen, Presseinfos, Hintergrundwissen zu Spezialthemen, Berichte über Ereignisse, Produktneuheiten sowie saisonale Highlights, Sonderaktionen oder spezielle Produktangebote.

E-Mail-Marketing kann auch für gute Unterhaltung sorgen. In vielen Fällen ist es ratsam, eine Redaktions-sitzung einzuberufen und im Team die Inhalte zu fixieren. Auch die Frage, wie oft der Empfänger beschickt werden soll, ist hier zu klären. Hierbei gilt: So oft wie nötig, so wenig wie möglich.

Beachten Sie, dass die Inhalte:

- die Zielgruppe interessieren und einen Mehrwert bieten müssen
- gut überlegt und professionell aufbereitet sind
- am effizientesten von Profis (Textern) vorbereitet werden



### Was bringen individualisierte Mails?

Ganz einfach: Sie sind erfolgreicher, weil sie konkrete Bedürfnisse und Interessen des einzelnen Empfängers berücksichtigen.

Während bei einer Personalisierung von Mail zu Mail bloß die Anrede variiert, geht die Individualisierung einen Schritt weiter und variiert die Inhalte.

Das klingt zunächst kompliziert, ist es aber nicht. Denn mit den neuen Newsletter-Systemen lassen sich hochgradig individualisierte Mailings spielend leicht und vollautomatisch erstellen. Newsletter, ganze Kampagnen oder Nachfolgemailings können einfach per Mausclick individualisiert werden.

Ein kurzes Beispiel: Sie bieten Ihren Kunden bei der Newsletter-Anmeldung vier verschiedene Themen an. Jeder Abonnent kann hier wählen, was ihn interessiert. Beim Versand des Newsletters legen Sie ein Hauptthema an, das jeder Empfänger erhält. Darüber hinaus schreiben Sie zu jedem der vier Themen einen gesonderten Artikel. Der Empfänger erhält nun, je nach Interesse oder Merkmal, nur jene Inhalte, die für ihn relevant sind. Und das vollautomatisch.

So bekommt z.B. Empfänger A das Hauptthema und Artikel 1, Empfänger B erhält das Hauptthema und die Artikel 1 und 3.

### Was muss eine Newsletter-Software können?

Wer professionelles E-Mail-Marketing betreiben will, braucht eine zuverlässige Software. Standard E-Mail-Programme stoßen hier nämlich schnell an ihre Grenzen. Eine Newsletter-Software hingegen bewältigt auch große Mengen an E-Mails mühelos. Sie sorgt für den rechtssicheren Versand und schleust Ihre Mails an den Spamfiltern vorbei.

Es lassen sich personalisierte Newsletter und hochgradig individualisierte Kampagnen einfach erstellen und automatisiert versenden. Gute Softwareprodukte bieten auch Reporting-Funktionen an, die Ihnen eine schnelle und aussagekräftige Erfolgskontrolle ermöglichen und Verbesserungspotenziale aufzeigen. Wichtig ist auch, dass Ihr Newsletter in allen gängigen E-Mail-Programmen und mobilen Endgeräten perfekt dargestellt wird. Denn viele Empfänger öffnen ihren Newsletter ausschließlich auf Smartphones oder Tablet-PCs.

#### Achtung:

Beachten Sie bei der Auswahl der Software unbedingt, dass die RTR-Robinsonliste (Adressen von Menschen/Firmen, die ausdrücklich keine Werbung wünschen), berücksichtigt werden muss. Professionelle Newsletter-Lösungen tun das automatisch.



## Fazit.

**E-Mail-Marketing ist für jeden was.**

Egal ob B2C oder B2B: Nutzen auch Sie das Potenzial von E-Mail-Marketing, um Ihre Zielgruppe direkt, effizient und kostengünstig anzusprechen.

Es gibt mit Sicherheit zielgruppenrelevante Inhalte, über die Sie schreiben können, egal ob wöchentlich, monatlich oder quartalsweise. Hauptsache Sie sind mit Ihren Kunden, Partnern und Mitarbeitern in Kontakt.

**Kostenlose Online-Präsentation.**

Interessiert? Dann sichern Sie sich eine kostenlose Online-Präsentation unseres Newsletter-Managers.

Einfach auf [www.onelogin.at/nl-vorstellung](http://www.onelogin.at/nl-vorstellung) Zugangscode und Wunschtermin anfordern und schon kann es losgehen.

Oder einfach QR-Code scannen:



Auf Wunsch stellen wir Ihnen unser System auch gerne persönlich vor.

Impressum.

ONELOGIN Business & Technology Consulting GmbH  
Lakeside B07b, A-9020 Klagenfurt, Tel.: +43 (0) 5 919293 – 0, [office@onelogin.at](mailto:office@onelogin.at), [www.onelogin.at](http://www.onelogin.at)  
Geschäftsführer Mag. Karl Moser, FN 217969v

Über ONELOGIN.

Als unabhängige Internetagentur und Softwareentwicklungs-Unternehmen erstellt ONELOGIN innovative Lösungen unter Verwendung moderner Informationstechnologien.

Ihre Ansprechpartnerin.

Christine Schilling (B.Sc.)  
E-Mail: [christine.schilling@onelogin.at](mailto:christine.schilling@onelogin.at)  
Tel.: +43 (0) 5 919293 – 8