

Einsatzmöglichkeiten von E-Mail-Marketing

E-Mail kann als Marketing-Instrument in allen Phasen einer Kundenbeziehung erfolgreich eingesetzt werden. Dies liegt nebst den tiefen Realisationskosten auch an der Möglichkeit zur Personalisierung sowie der hohen Kommunikationsgeschwindigkeit und der Interaktivität. Welche Arten von E-Mail Marketing am besten zum Einsatz kommen, muss im Zusammenhang mit der Online-Marketingstrategie und anhand von Tests bestimmt werden.

Verschiedene Einsatzmöglichkeiten von E-Mail-Marketing:

Marktbearbeitungs-Phase	E-Mail-Marketing Modell	Beispiele
Interessentengewinnung	▪ Sponsoring Newsletter	▪ Sponsoring eines betriebsfremden Newsletters
	▪ Permission List Marketing	▪ Inserateplatzierung bei einem Permission Listbroker
	▪ Partner-Co-Marketing	▪ Lieferanten komplementärer Güter publizieren gegenseitig in deren Newsletters (Bsp. Autohersteller und Reifenfabrikant)
Konversionsphase	▪ Follow-ups	▪ Bestellstatus
Erstkauf Kundenpflege/Kundenbindung	▪ Support	▪ Dankesmail ▪ Persönlicher Support via Mail
	▪ Customer Relationship E-Mail	▪ Newsletter, Saisonale Angebote, Incentives
	▪ Corporate Newsletter	▪ Pressemitteilungen
	▪ Benachrichtigungs-Service (Alerts)	▪ Rückrufaktion, Statusinformationen (Bsp. Ablauf der Garantie)
	▪ Ankündigungen	▪ Neuer Produkterelease, Betriebsferien, Events
	▪ Direct-E-Mail (Cross-/Up-Selling)	▪ Zusatzangebot, Prämien
	▪ Marktforschung	▪ E-Mail-Umfrage
Re-Aktivierung	▪ Individual Mail	▪ Spezialangebot

Obwohl E-Mail Marketing breit einsetzbar ist, hat sich der Fokus in den letzten Jahren verändert: Vermehrt wird E-Mail Marketing nicht mehr als Kundengewinnungs-Instrument, sondern als Mittel zur Kundenbindung eingesetzt. Die Tatsache, dass die Neukundengewinnung um ein Vielfaches teurer ist, als das Aufrechterhalten einer bestehenden Kundenbeziehung, unterstützt diesen Trend wesentlich. Hinzu kommt, dass im Vergleich mit anderen Werbemaßnahmen E-Mail als Akquisitionsmittel nicht wesentlich günstiger ist. Mit Sicherheit der wesentlichste Grund ist jedoch, dass man im Bereich von E-Mail Marketing niemals angemietete oder gekaufte E-Mail-Adressen einsetzen darf. „Kaltakquisition“ ist gleichbedeutend mit Spamming und daher Tabu!