

Checkliste - Fünf toDo's, Social Web und E-Mail zu kombinieren

von Dr. Torsten Schwarz

Per E-Mail kann schnell eine hohe Reichweite aufgebaut werden, die sich im Social Web durch Weiterempfehlungen noch vergrößert. Immer mehr Menschen verbringen immer mehr Zeit in Facebook und Twitter. Nur logisch, dass Marketingexperten sich derzeit überwiegend mit Social Media Marketing beschäftigen. In der Tat eröffnen sich neue Chancen der Neukundengewinnung. Bei bestehenden Kontakten jedoch ist die Ansprache über Social Media ineffizient und der klassischen E-Mail unterlegen.

Kombiniert man jedoch beide Kanäle, so ergänzen sich diese Online-Marketing-Instrumente hervorragend: Per E-Mail kann schnell eine hohe Reichweite aufgebaut werden, die sich im Social Web durch Weiterempfehlungen noch vergrößert.

Durch SWYN-Links Empfehlungen leicht machen

Der erste Schritt ist, die eigenen Empfänger zum Weiterempfehlen interessanter Inhalte aufzufordern. Spezielle Share-with-your-Network-Links (SWYN) erlauben mit einem einfachen Anklicken das Weiterleiten von Botschaften an die eigenen Freunde. Bequemer geht es nicht. Besonders Twitter und Facebook sind hier wichtig – im B2B auch Xing.

Adressgewinnung direkt in Facebook

Mit Facebook können Sie zweifellos Ihre Reichweite erhöhen. Das Ziel sollten jedoch nicht nur Fans, sondern auch E-Mail-Einwilligungen sein. Nutzen Sie daher jede Möglichkeit, Facebook-Besucher auf Ihren Newsletter oder Ihre Online-Registrierung hinzuweisen.

Virale Kampagnen zur Adressgewinnung

Wie gesagt, eignet sich das Social Web hervorragend, um interessante Angebote seinen Freunden mitzuteilen. Bieten Sie registrierungspflichtige Angebote, die einen echten Mehrwert oder zumindest einen hohen Spaßfaktor haben. Gewinnspiele und Downloads die man selbst gut fand, werden auch gerne den Freunden weitererzählt. Aber Vorsicht: Viral Marketing ist ein hartes Brot. Nicht alles wird automatisch weitergeleitet.

Belohnung für Fans im E-Mail-Verteiler

Belohnen Sie diejenigen Ihrer Fans, die auch im E-Mail-Verteiler sind. Bieten Sie im Newsletter exklusive Tipps, Tricks und Schnäppchen an, die sonst niemand erhält. So incentivieren sich beide Kanäle gegenseitig. Zeigen Sie auch Ihren Newsletter-Lesern, welche Vorteile es bringt, auf Facebook oder Twitter aktiv zu sein.

Newsletter auf die Facebook-Pinnwand

Sobald Ihr Newsletter oder Ihr E-Mailing raus ist, sollte es mit der gleichen knackigen Betreffzeile auch auf Ihrer Facebook-Pinnwand und in Ihrer Twitter-Timeline auftauchen. So können die Fans es retweeten und „Gefällt mir“ drücken. Damit zeigen Sie den anderen, dass es hier etwas Spannendes per E-Mail gab.