



Für Einsteiger: Ist E-Mailmarketing für Sie sinnvoll?

Für uns gibt es vier Geschäftskonstellationen, in denen E-Mailmarketing nicht oder wenig sinnvoll ist:

1. Sie bieten auf Ihrer Website Lösungen nur für akute Probleme an; Ihre Besucher entscheiden sich spontan. (Beispiel: Daten-Wiederherstellung nach Festplatten-Crash)
2. Nach Erbringen Ihrer Dienstleistung ist aufgrund des Geschäftsmodells kein Anschlussauftrag wahrscheinlich. (Beispiel: Insolvenzverwalter)
3. Sie vertreiben ein Produkt oder eine Dienstleistung, die erst nach einem großen Zeitraum wieder in Anspruch genommen wird. (Beispiel: Küchenkauf, Hausmakler)

Wenn Ihr Geschäftsmodell nicht zu den oben drei genannten Konstellationen zu zählen ist, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass E-Mailmarketing für Sie ein sinnvolles Instrument darstellt.

4. Wenn Ihr Geschäft auf einem agilen Außendienst beruht, der Ihre Kunden und Interessenten ausreichend regelmäßig besucht, ist E-Mailmarketing eher eine Ergänzung im Kommunikationsmix, wenn Sie Ihr Marketing so beibehalten wollen, wie es ist.

Je öfter Sie folgende Fragen bejahen können, desto sinnvoller ist E-Mailmarketing für Sie. Dabei ist E-Mailmarketing mehr als „Newsletter“. Ereignisbezogene Mails wie Einladungen zu Messen, Geburtstagsgratulation, Service-Informationen, E-Mailkurse sind ebenso Maßnahmen, um Kontakte zu pflegen.

- Haben Sie eine Website und nutzen Sie Online-Marketing, um Kunden zu finden?
- Beruht Ihr Geschäftsmodell zu einem (großen) Teil auf Stammkunden?
- Haben Sie regelmäßig neue Produkte oder Dienstleistungen?
- Wollen Sie potenzielle Kunden auf Ihrer Site identifizieren und wieder ansprechen können?
- Möchten Sie die Wünsche Ihrer Kunden und Interessenten besser kennenlernen?
- Möchten Sie Ihre Kunden und Interessenten nach verschiedenen Merkmalen ansprechen?
- Haben Sie ein starkes Wettbewerbsumfeld, indem Sie sich vor allem durch weiche Faktoren (Service, Kommunikation) unterscheiden können?
- Haben Sie Produkte oder Leistungen, die erklärungsbedürftig sind?
- Benötigt der Kauf Ihrer Produkte oder die Beauftragung von Leistungen eine längere Planungs- oder Evaluierungsphase beim künftigen Kunden?