



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!



Gründe warum das E-Mail-Marketing nicht funktioniert!



Quelle: www.rohinie.eu



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

Trotz Ankündigungen des Todes der E-Mail als Marketing-Tool, bleibt E-Mail-Marketing auch weiterhin die beliebteste Taktik unter B2B-Marketing-Profis, insbesondere auch weil es die kostengünstigste Lösung ist (wenn man mal davon absieht, dass deutsche **Abmahnanwälte**, die eigentlich **niemand braucht**, sich gerne einschalten, um die Kosten per Abmahnung in die Höhe zu treiben - aber dies ist ein bekanntlich deutsches, nicht ein weltweites Problem).

Einige von denen, die den vorzeitigen Untergang von E-Mail-Marketing verkünden, sprechen eher von der Unwirksamkeit der eigenen E-Mail-Kampagnen.

Zumindest manche dieser selbsternannten Propheten versuchen noch immer, erfolgreich zu sein, indem sie eine Marketing-Strategie von vor 10 Jahren anwenden, ohne dabei zu berücksichtigen, dass sich die Zeiten gewandelt haben!

Wenn Sie sich in dieser Gruppe wieder finden, aber lernbereit sind, dann finden Sie hier einige mögliche Gründe, warum Ihr E-Mail-Marketing nicht so funktioniert wie Sie es sich wünschen:

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 1

Sie versenden noch immer einen E-Mail-Newsletter, der nichts anderes als Links auf Ihre neuesten Blog-Beiträge oder Rabatt-Aktionen enthält. Sie brauchen aber frische und fesselnde Inhalte.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 2

Ihre E-Mails sind nicht mobil-freundlich. Wenn Ihre E-Mail auf einem Smartphone oder einem Tablet nicht lesbar ist, könnte es sein, dass sie kaum gelesen werden. Mehr als 25% der Menschen lesen E-Mails inzwischen auf mobilen Geräten.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 3

Sie sind immer noch mit langweiligen Betreff-Zeilen zufrieden, Ihre Newsletter-Empfänger aber nicht.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 4

Sie lösen mit Ihren E-Mails keine Aktionen der Empfänger aus. Sinnvolle und unwiderstehliche Handlungsaufrufe in den Newsletter einzubauen kostet etwas Zeit, aber mehr Menschen werden Ihre E-Mails öffnen und die gewünschten Klicks ausführen.



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 5

Sie widmen einen zu bedeutenden Teil jeder Ausgabe des Newsletters um alles Mögliche über Sie oder Ihr Unternehmen zu berichten und sich selbst in den Vordergrund zu stellen.

Dies ist immer noch unangemessen und es vermittelt immer noch den Eindruck eines Angebers und Selbstverliebten.

Ihre Newsletter-Empfänger finden diese Art von Inhalten nicht unbedingt immer als sehr interessant und werden den nächsten Newsletter vielleicht gar nicht erst öffnen.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 6

Sie integrieren noch keine Video-Dateien. Wenn Ihr E-Mail-Service-Provider sich weigert, Video einzubinden, sollten Sie mit ihm darüber reden oder den Provider wechseln.

Wenn Sie ein anderes Video-Format als HTML5 verwenden, sollten Sie auch das wechseln, um up-to-date zu sein.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 7

Wenn Sie in einem internationalen Geschäft tätig sind, dessen Kunden Sonderzeichen (Musik-Noten, Fremdsprachen-Alphabete, etc.) nutzen und Sie noch denken, Sie könnten diese Sonderzeichen nicht in E-Mail-Betreff-Zeilen verwenden, dann ist die Zeit für ein Umdenken gekommen, denn so werden Ihre Mails und die Betreffzeilen für Ihre Empfänger attraktiver.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 8

Sie beginnen Ihren Newsletter immer noch mit langweiligen Überschriften.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 9

Ihr Timing ist schlecht. Kissmetrics hat leistungsstarke Daten zur E-Mail-Frequenz in jeder Phase der Kundenbeziehung veröffentlicht.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 10

Sie verwenden einen Stil für die persönliche Kommunikation unpersönlich. Die Broadcast-Mails mit unpersönlichen Push-Marketing-Botschaften haben sich zur Ruhe gelegt.



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

E-Mail ist die beste Gelegenheit, ein Gespräch mit einer realen Person zu beginnen oder ein bereits begonnenes Gespräch mit einem Interessenten oder Kunden fortzusetzen.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 11

Sie vergessen, dass Sie die Menschen daran erinnern sollten, dass sie von Ihnen hören wollten und sich entschieden haben, sich Ihrer Mailing-Liste per Double-Opt-In-Verfahren anschlossen.

Verwalten Sie Ihre Listen effektiv und geben Sie den Leuten das, sie wollten, als sie sich bei Ihnen anmeldeten.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 12

E-Mail-Marketing ist der ideale Weg, um Kunden Gutscheine und Geschenkkarten zu senden. Nach neueren Forschungen wird **versandkostenfrei** nicht mehr als ein Mehrwert sondern als Selbstverständlichkeit angesehen. Es ist ein erwarteter Teil eines Deals.

Das neue "versandkostenfrei"-Angebot ist ein Gutschein oder eine Geschenkkarte. E-Mail-Dienstleister machen es sehr einfach, einen Gutschein oder einen Gutschein einer E-Mail hinzuzufügen.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 13

Sie haben eine große E-Mail-Liste und jeder bekommt die gleiche E-Mail von Ihnen zur gleichen Zeit. Das war zur Zeit Ihrer Großmutter der Ansatz zum E-Mail-Marketing.

Erfolg erfordert heute micro-segmentierte Listen, die auf Interessen, Bedürfnisse, Kaufgewohnheiten, etc. basieren - nicht auf das Alter und den Standort.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 14

Sie senden E-Mails isoliert von Ihren anderen Marketing-Bemühungen. E-Mail ist in diesem Zusammenhang wie Social-Media zu betrachten: sie muss in Ihren Marketing-Anstrengungen als eine von mehreren, sich gegenseitig unterstützenden, Aktivitäten eingebunden werden.

E-Mail-Marketing-Fehler Nummer 15

Ihre E-Mail-Aufrufe zum Handeln führen die Empfänger nicht auf die optimierte Landing-Page. Eine passende Landing-Page ist wichtig, denn Sie gibt den Empfängern der Mail



Sie wollen ab sofort:



Geringere Kosten



Höheren Umsatz



MEHR Gewinn



Dafür sind wir da!

weitere Informationen und die eindeutigen Möglichkeiten zum Handeln, z.B. einen Kauf oder eine Terminabstimmung für eine persönliche Beratung im Geschäft.

Fazit: Wenn Sie einen oder mehrere dieser E-Mail Marketing-Fehler (oder andere) machen, ist es nicht verwunderlich, dass Ihr E-Mail-Marketing nicht funktioniert.

Durch die Vermeidung dieser Fehler, einen nach dem anderen, werden Sie auf Ihrem Weg zum Markterfolg auch voran kommen und mit Begeisterung diese Möglichkeit nutzen.

Natürlich muss auch Ihr E-Mail-Provider mitspielen und die heute erforderlichen Techniken anbieten, sei es Personalisierung bereits im Betreff, Segmentierung oder problemlose Integration von Medien wie Bilder und Videos.

Dazu ist ein aussagekräftiges Analysesystem das A und O zur Erfolgsmessung.

Wir und viele unserer Kunden arbeiten in diesem Bereich mit der Firma **CleverReach** zusammen. Diese Firma bietet alle genannten Anforderungen und die Software ist leicht verständlich in deutscher Sprache zu bedienen.

Unser Tipp ist es, dass Sie einfach einmal die Testmöglichkeiten gratis nutzen - **klicken Sie bei Interesse jetzt einfach hier!** Natürlich nur, wenn Sie mit Ihrem derzeitigen Provider nicht zufrieden sind. Wir wollen Sie ja nicht überreden.

Haben Sie persönliche Fragen zum E-Mail-Marketing oder benötigen Sie eine Beratung oder Analyse Ihrer derzeitigen Gegebenheiten? Klicken Sie einfach auf Kontakt - wir sind für Sie da.

Wenn Ihnen dieser Artikel geholfen hat empfehlen Sie uns bitte weiter. Vielen Dank dafür.

Mehr Informationen:

www.rohinie.eu