

Wie Sie Kunden mit cleverem E-Mail-Marketing von sich überzeugen

Denken auch Sie darüber nach, in Zukunft mit E-Mails für Ihre Buchhandlung zu werben? Oder nutzen Sie E-Mail-Marketing bereits und haben damit noch nicht den gewünschten Erfolg? Uwe-Michael Sinn, Geschäftsführer von rabbit eMarketing, gibt Tipps, wie Sie das ändern können.

B

Bekommen Sie auch zu viele E-Mails?

Mit der Frage „Wer bekommt nicht genügend E-Mails?“ beginne ich meine Seminare zum professionellen E-Mail-Marketing. Die stets gleiche Reaktion: Gelächter. Klar, alle bekommen zu viele E-Mails.

Dennoch ist E-Mail-Marketing extrem erfolgreich - gerade beim Verkauf von Büchern, denn: Bücher sind preisgebunden. Um ein Buch zu kaufen, genügt oft ein konkreter Anstoß - etwa durch ein E-Mailing.

E-Mail-Marketing ist ein Instrument zur Kundenbindung

Laut geltendem Recht dürfen Sie E-Mails nur Kunden zusenden oder Personen, die Ihnen bewusst eine ausdrückliche Erlaubnis erteilt haben. Enge Grenzen also für die Neukunden-Gewinnung per E-Mail. Aber: E-Mail-Marketing ist perfekt zur Kundenbindung. Denn wer einmal von Ihrem Angebot überzeugt war, kann mit überzeugenden Argumenten und einem neuen, passenden Angebot leicht zu weiteren Käufen animiert werden.

Mehr verkaufen mit professionellem E-Mail-Marketing

Uwe-Michael Sinn ist Geschäftsführer von rabbit eMarketing, einer der führenden europäischen Agenturen für professionelles E-Mail-Marketing. Er ist Leiter des Arbeitskreises E-Mail-Marketing im Bundesverband der Dienstleister für Online Anbieter (BDOA e.V.) und gefragter Vortragsredner im In- und Ausland.



Die sechs wichtigsten Tipps für erfolgreiches E-Mail-Marketing

❶ Informieren Sie Kunden individuell! Auch wenn es wenig kostet, E-Mails zu versenden: Schicken Sie nicht „alles an alle“! Nur wenn Sie etwas „Vernünftiges“ anzubieten haben, werden Ihre E-Mails gelesen. Führen Sie E-Mail-Aktionen daher zielgruppenbezogen durch!

❷ Sammeln Sie bei jeder Gelegenheit Adressen! Etwa bei Bestellungen oder im Laden beim Verkauf. Geben Sie ein Incentive dazu – beispielsweise die versandkostenfreie Lieferung oder einen Gutschein!

❸ Versenden Sie E-Mails über professionelle Systeme! Buchkatalog.de bietet Sortimentern dafür eine passende Funktion, die sehr leistungsfähig ist. Nie sollten Sie Mails über Outlook oder Massen-Mail-Programme versenden, die Sie bei sich installieren. Diese werden entweder nicht richtig angezeigt oder beim Empfänger leicht als Spam eingordnet.

Nur wenn Sie etwas „Vernünftiges“ anzubieten haben, werden Ihre E-Mails gelesen.

❹ Versenden Sie Mails ausschließlich im grafischen HTML-Format! Die Mails müssen sorgfältig programmiert sein (die meisten Systeme erledigen das automatisch), damit sie überall gut angezeigt werden. Versenden Sie keinesfalls reine Text-Mails! Sie funktionieren schlechter als die grafische Variante.

❺ Nutzen Sie die Auswertungsmöglichkeiten, die E-Mail-Marketing bietet! An Statistiken können Sie zum Beispiel leicht erkennen, welche Betreffzeile die höchste Öffnungsrate bringt. Testen Sie so viel wie möglich – so können Sie Ihr Angebot ständig optimieren!

❻ Versenden Sie regelmäßig! Mindestens monatlich – so bleiben Sie im Gedächtnis. Fassen Sie sich kurz: „Kurz und knackig“ funktioniert besser als lange Mails. Wenn Sie viel zu sagen haben, erhöhen Sie lieber die Versand-Frequenz.

Möchten auch Sie mit einem professionellen E-Mail-Marketing für Ihre Buchhandlung werben und den Newsletter von Buchkatalog.de nutzen? Wir beantworten gern Ihre Fragen! Senden Sie uns eine E-Mail mit Ihrer Verkehrsnummer und dem Betreff „Newsletter“ an infowebknv@knv.de.