

# B-to-B-E-Mail-Kampagnen – erfolgreiches Praxisbeispiel

## Nischenprodukt ist gleich Absatzprodukt

Stellen Sie sich vor, es steht schon einige Zeit die Anschaffung einer Frankiermaschine oder eines Heißgetränkeautomaten in Ihrem Unternehmen an. Wie viel Zeit müssten Sie dafür investieren, überhaupt einen passenden Anbieter zu finden, und haben Sie gleich die richtige Telefonnummer zur Hand? Genau hier setzt intelligentes E-Mail-Marketing an: Nischenprodukte, die echte Bedürfnisse befriedigen und nicht einen künstlichen Nutzen erzeugen wollen. Wenn dann noch die Zielgruppe stimmt, steht einer hohen Response-Rate nichts mehr im Wege.

**Tip:** *Wie immer im richtigen Leben kommt es auch bei der Produktwahl, die via E-Mail beworben wird, auf den gesunden Menschenverstand an. Fragen Sie sich immer: „Was würde ich von einer Produktofferte erwarten, die ich per E-Mail erhalte?“*

## Emotion durch Kreation

Ziel jeder Online-Dialogmarketingmaßnahme ist es, den Empfänger davon zu überzeugen, einer Aufforderung nachzukommen – und zwar als direkte Reaktion auf den E-Mail-Empfang. Überzeugen und zur Interaktion auffordern, sind die Ziele eines elektronischen Mailing. Die Vorteile müssen deutlich und nachvollziehbar sein. Den Empfänger bewegt man aber nicht nur per Kernaussage. Eine einfache und klar verständliche Sprache, primär sichtbare Nutzenargumente sind von elementarer Wichtigkeit. In unserem Beispiel sind Newsletter-Textanzeigen und E-Mails an verschiedenste B-to-B-Zielgruppen versandt worden.



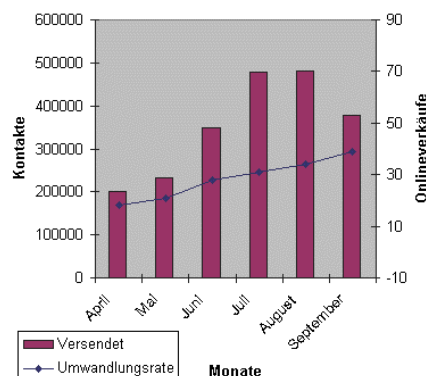
Beispiel einer Standalone-E-Mail mit Werbung für Frankiermaschinen

## E-Mail-Newsletter versus Direct-E-Mail (Standalone)

Textanzeigen in Newslettern bieten Unternehmen einen leichten und günstigen Einstieg in die Materie E-Mail-Marketing. Nicht nur der niedrige Kreationaufwand, sondern auch die Möglichkeit, schnell und flexibel reagieren zu können, zeichnen diese Werbeform aus.

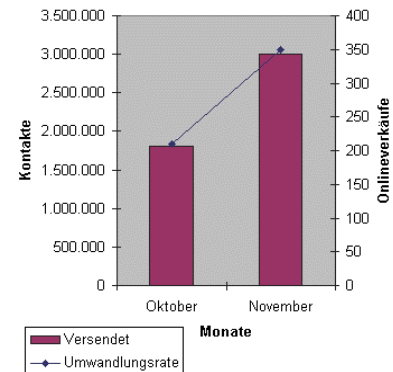
Direct-E-Mails eignen sich im Gegensatz zu Newsletter-Textanzeigen insbesondere für den Online-Abverkauf. Da der User bei E-Mails personalisiert über visuelle Wahrnehmung angesprochen wird, erfordert eine Standalone-E-Mail einen wesentlich höheren Kurations- und Produktionsaufwand, der sich aber durch eine hohe Netto-Reichweite und drastisch reduzierte Streuverluste innerhalb der Zielgruppe als Erfolg rechtfertigt.

Die hohe Akzeptanz der Permission-E-Mails zeichnen diese Art des Online-Direktmarketings als erfolgreichstes Direktmarketingwerkzeug bei Preis, Leistung und Umwandlungsquote aus.



Anzahl bestellter Frankiermaschinen bei der Schaltung von Newsletter-Anzeigen

In dem aufgeführten Praxisbeispiel einer E-Mail-Kampagne handelt es sich um eine B-to-B-Kampagne, die seit April kontinuierliches Wachstum verzeichnen konnte. Aufschlussreich ist hierbei die Umwandlungsrate von bis zu 0,01 Prozent im Zeitraum von April bis Dezember bei fünf Millionen Werbekontakten – was dem Werbungtreibenden in diesem Beispiel einen festen Maßstab für den Budgeteinsatz und den zu erwartenden Umsatz gibt.



Anzahl bestellter Frankiermaschinen beim Versand von Standalone-E-Mails

## Entscheidende Erfolgsfaktoren für Ihre E-Mail-Kampagne:

- Grenzen Sie Ihre Zielgruppe nicht zu sehr ein
- Bewerben Sie marktgerechte, durchdachte Produkte
- Vermitteln Sie einen klaren Kaufvorteil für den Kunden
- Verlinken Sie grundsätzlich auf die Website oder Landing-Page, doch niemals nur auf eine E-Mail-Adresse
- Splitten Sie Ihre E-Mail-Kampagne auf mehrere kleine Listen – anstatt auf eine große
- Achten Sie auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis der Agenturen, und lassen Sie sich Referenzkampagnen zeigen
- Eine E-Mail-Kampagne ist nur interessant, wenn Sie über einen Ad-Server gemessen und reportet werden kann



ignition concept gmbh

Rüdesheimer Straße 7  
D-80686 München

info@ignitionconcept.de  
Tel.: 089/18 92 20 40  
www.ignitionconcept.de

ignition concept ist der erste unabhängige Spezialvermarkter von Werbelösungen im Bereich E-Mail-Marketing. Mit über 25 Millionen Werbekontakten monatlich in Newslettern und 14 Millionen Kontakten für Standalone-E-Mails ist ignition concept führender Ansprechpartner für qualifiziertes E-Mail-Marketing im deutschsprachigen Raum.