

E-Mail Marketing im Jahr 2017

Immer noch viel zu häufig konzentrieren sich Betreiber von Online-Shops oder Anbieter von Dienstleistungen auf eine mehr oder weniger enge Auswahl der verfügbaren Channels. Dabei wird es für die SEO-Strategie immer wichtiger, alle im Online-Marketing verfügbaren Kanäle zu nutzen. Denn der Wettbewerb ist viel zu groß, um Chancen zu ignorieren und sich ausschließlich auf die Suchmaschinenoptimierung und ein oder zwei Kommunikationskanäle zu konzentrieren.

Unabhängigkeit von Google durch E-Mail-Marketing

Suchmaschinenoptimierung ist selbstverständlich ein wichtiger Schritt, bedeutet jedoch für sich alleine gesehen Abhängigkeit von Google. Vielmehr bringt diese Maßnahme ausschließlich durch die aktive Nutzung aller Instrumente des Online-Marketings und deren Kombination den gewünschten Erfolg. Eine Vorgehensweise, die den Verlust potenzieller Kunden verhindert. Eines dieser Instrumente ist das E-Mail-Marketing in Form individualisierter Newsletter.

Personalisierung 4.0 – einer der aktuellen Trends

Die Kommunikation mit potenziellen und bestehenden Kunden erfolgt so persönlich wie möglich, denn nur dann, wenn die Menschen das Gefühl haben, als Individuum wahrgenommen zu werden, hat [E-Mail-Marketing](#) eine Chance. Ein Argument mehr, E-Mail-Marketing keinesfalls getrennt von den anderen Marketingaktivitäten einzusetzen. Genauso unverzichtbar ist die kanalübergreifende Integration des E-Mail-Marketings, um Interessenten nicht mehrfach anzusprechen und sie dadurch in ein Meideverhalten zu drängen.

Voraussetzung Big Data

Um die genannten Anforderungen der Personalisierung und der gezielten Ansprache zu erfüllen, fließen alle vorhandenen Daten in ein System, das diese verwaltet und auswertet. Denn nur durch diese Vorgehensweise erfährt der Online-Marketer, an welchem Punkt der Customer Journey sich Interessenten und Kunden befinden und nur dann ist es möglich, zum passenden Zeitpunkt die richtige und eine an den aktuellen Status abgestimmte Botschaft zu übermitteln. Um all diesen Anforderungen gerecht zu werden, sind Tracking und Analyse im Jahr 2017 so bedeutend wie noch nie. Intelligente Tracking-Systeme begleiten Interessenten auf ihrer Customer Journey und Analyse-Tools werten E-Mail-Kampagnen aus.

Dass E-Mail-Kampagnen mobiloptimiert sind, sollte bereits eine Selbstverständlichkeit sein, soll das gesamte Konversionspotenzial ausgenutzt werden. Dies gilt ebenfalls für die Kreativität der Gestaltung.



E-Mail-Content darf im Jahr 2017 eine Diversität aus Text, grafischen Elementen oder Videos aufweisen. Ein wichtiger Trend, mit dem sich E-Mail-Marketer aus der Masse abheben. Vor allem bei der Gestaltung sollte sich niemand davon scheuen, das herkömmliche Schema F zu verlassen und Neues zu testen.

Bild: 140889310 – Mail Communication Connection message to mailing contacts phone Global Letters Concept © adiruch na chiangmai

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX