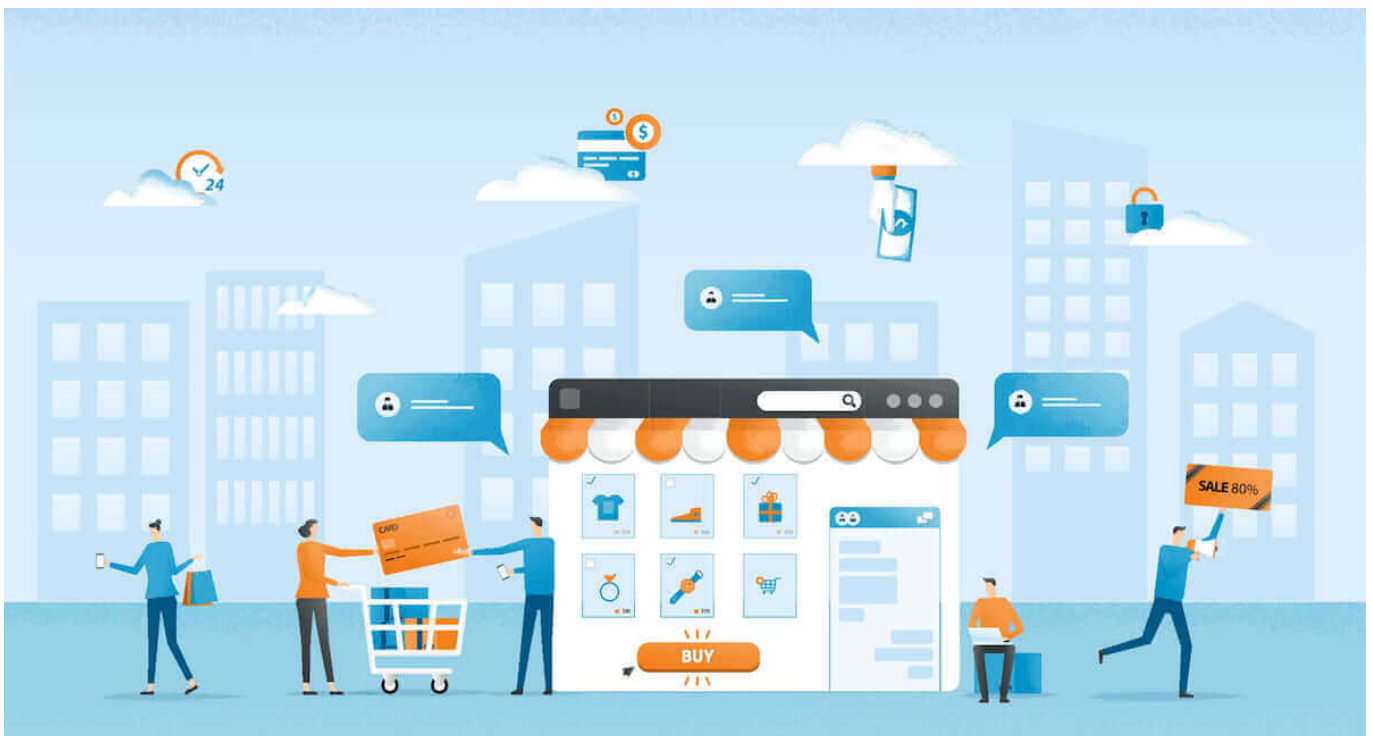


Tipps für Ihr E-Mail-Marketing in der Corona-Krise

**Rausgehen verboten? Bleiben Sie im Kontakt mit Ihren Kunden!
Tipps für das E-Mail-Marketing in der Corona-Krise**



E-Mail-Marketing während der Corona-Krise: Unsere Tipps

Die derzeitige Lage rund um Corona und die damit verbundenen Einschränkungen im tagtäglichen Leben machen vielen Unternehmen stark zu schaffen. Wir zeigen, wie Sie mit gezielt kommunizierten Inhalten im E-Mail-Marketing Ihre Kunden und Interessenten trotz Corona gut erreichen und selbst das Beste aus der Situation machen können.

Unser Tipp für Ihr E-Mail-Marketing in der Corona-Krise: Zeigen Sie, was alles noch möglich ist!

Ja, die Einschränkungen sind überall. Umso besser, wenn Sie zeigen, was Sie als Unternehmen derzeit für Ihre Kunden leisten können! Nutzen Sie diese Vorteile auch als Inhalte oder Thema für Ihre Newsletter.



Pakete werden derzeit immer noch ausgeliefert. Nutzen Sie das für Ihr Geschäft.

? Sie versenden weiterhin Pakete und Päckchen.

Ihr Shop / Produktion läuft weiter? Super! Auch wenn der Versand eingeschränkt sein kann, kommunizieren Sie klar, dass Sie als Online-Shop weiterhin für Ihre Kunden da sind. Bleiben Sie ehrlich bei den geschätzten Versanddauern. Vielleicht kann es durch weniger Personal zu längeren Abläufen

kommen – wenn Sie diese aber transparent darlegen, werden die meisten Kunden die Verfügbarkeit zu schätzen wissen und manche Verspätung verzeihen.

ACHTUNG: Passen Sie Ihre automatisierten Versandbestätigungen im E-Mail-Marketing an! Kommunizieren Sie in diesen auch längere Versandzeiten. Richten Sie auch Back-in-Stock-Mails ein, für Produkte und Leistungen, welche derzeit nicht verfügbar sind. Sind diese wieder erhältlich, gibt es eine kostenfreie Erinnerung an Ihre Kunden.



Auch die Verpackung hat einen Einfluss auf Ihren Erfolg.

? Sie verpacken Ihre Produkte weiterhin in kreativen Verpackungen.

Sie können noch Ihre Produkte in Geschenkverpackung versenden? Prima! Geburtstage, Ostern – jetzt eine Aufmerksamkeit an liebe Menschen zu übergeben ist gar nicht so einfach. Dank Ihrer Geschenkverpackung ermöglichen Sie es Ihren Kunden dennoch auch in Zeiten der Kontaktsperre.

Dank dem Onlinehandel kann man den Menschen, die gerade einen tollen Job machen, eine Aufmerksamkeit zukommen lassen. Und mit Ihren Geschenkverpackungen können nun Familie, Bekannte, Nachbarn, Kollegen trotz Kontaktsperre gefahrlos beschenkt werden.

Unser Tipp: Zeigen Sie in einem thematischen Letter doch mal Fotobeispiele für verpackte Produkte oder binden Sie einen Link zu einem Video ein, welches zeigt wie Sie die Waren einpacken. Das schafft Verbindlichkeit zu Ihren Interessenten.

? Sie reagieren kreativ auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden.

Die Filialen sind geschlossen, aber Sie beraten im Videochat? Ihre Hotline ist länger geöffnet? Sie haben einen Chat in Ihren Shop eingebunden? Erzählen Sie es Ihren Kunden! Immer mehr Online-Shops entdecken die Möglichkeiten der Digitalisierung – zeigen Sie, wie Sie kreativ und Kundenorientiert mit der Krise umgehen.

Unser Tipp: Präsentieren Sie die Kontaktmöglichkeiten in einem Mailing. Berichten Sie gern von Mitarbeitern im Homeoffice, toll agierenden Partnern oder zufriedenen Kunden, welche die neuen Angebote genutzt haben. Verlinken Sie zu den Beratungsangeboten und Ihren Shop.

Best Practise:

Ein großer Anbieter günstiger Busfahrten, präsentiert in seinen Newslettern die Geschichten hinter dem Unternehmen, Verlinkungen zu einem Busfahrtsimulator und kleine Anekdoten halten die Firma in positiver Erinnerung, auch wenn die Firma derzeit keine Fahrten anbieten kann.

? Sie tun Gutes? Lassen Sie es Ihre Leser wissen!

Sie sammeln Spenden für ein Projekt, das nur schwer allein durch die Krise kommt? Dann erzählen Sie davon. Schon das Sprichwort sagt: "Tu Gutes und sprich darüber." Holen Sie sich das Einverständnis der Spendenempfänger und zeigen Sie in einem Mailing worum es dabei geht. Zeigen Sie in dem Letter auf, mit welchen Aktionen Ihre Kunden Sie beim Spenden unterstützen können.



Machen Sie keine Versprechungen, die sich nicht halten können.

Bleiben Sie ehrlich bei dem, was (derzeit) nicht geht.

Natürlich gibt es Dinge, die in der Corona-Krise nicht möglich sind. Passen Sie neben Ihrer Online-Präsentation auch Ihre Mailings dahingehend an. Geschlossene Filialen, nicht mehr verfügbare Produkte oder Dienstleistungen gehören dazu. Zeigen Sie, dass Sie sich zum Schutz der Gesellschaft an die Kontakteinschränkungen halten – und stärken Sie so auch die Sympathien der Interessenten und Bestandskunden.

Unser Tipp: Sagen Sie klar, was nicht geht und kommunizieren Sie zeitnah, wenn sich abzeichnet, dass die Einschränkungen vorüber sind – wann welche Produkte und Leistungen wieder verfügbar sein werden. Das geht auch per regelmäßigen Newsletter. Laden Sie Ihre Kunden ein, diesen zu abonnieren und versenden Sie sinnvolle Inhalte, sobald sich welche anbieten.

Extra-Tipp: Keine Panik.

Drohende Einsatzeinbußen, Ungewissheit und ständig sich ändernde Nachrichtenlage – klar, dass der Gedanke aufkommen könnte, mit künstlicher Verknappung, stark emotionalisierenden Mails oder preisintensiveren Spezial-Corona-Produkten Einnahmen zu generieren. Doch der Gewinn an Bekanntheit und Zuwachs an Umsätzen kann von kurzer Dauer sein. Die Kunden werden sich erinnern wie Unternehmen sich auch während so schweren Zeiten Ihren Kunden gegenüber verhalten haben – nutzen Sie die Krise um positiv zu punkten, nicht um aus vermeintlicher Panik Umsatz zu machen.

Tatsächlich gab es bereits verschiedene Anbieter die mit stark nachgefragten Gütern, wie Desinfektionsmitteln und auch Toilettenpapier oder Atemschutzmasken versuchten Umsatz zu generieren. Die Reaktion von Kunden und der Öffentlichkeit folgte in den meisten Fällen prompt per Shitstorm oder angekündigter Verweigerung der Einkäufe beim Unternehmen.

E-MAIL-MARKETING:

So bleiben Sie im Kontakt mit Ihren Kunden während der Coronakrise!

2. PASSEN SIE AUTOMATISIERTE NACHRICHTEN AN!

Versanddauern, Einschränkungen im Produktportfolio – halten Sie immer die aktuellsten Infos für Ihre Kunden parat!



3. RICHTEN SIE BACK-IN-STOCK-MAILS EIN.

Lassen Sie Ihre Kunden sofort wissen, wenn beliebte Produkte wieder da sind oder sich die Lage ändert und Sie wieder erreichbar sind!



1. MACHEN SIE IHRE LEISTUNGEN UND (NEUE) SERVICES SICHTBAR!

Zeigen Sie: Das können wir in der Corona-Krise für Sie tun! Per Newsletter und auf der Website. Rufen Sie zum Abonnieren des Newsletters auf.



4. WER SCHREIBT, DER BLEIBT.

Bleiben Sie im regelmäßigen Kontakt mit Ihren Lesern durch Newsletter-Berichten Sie von Ihren Mitarbeitern, Aktionen oder Anpassungen. Bleiben Sie erreichbar auf verschiedenen Kanälen und berichten Sie darüber.



5. #STAYHOME. TAKE CARE.

Bleiben Sie auch in diesen Zeiten Ihren Lesern zugewandt. Berichten Sie von Ihren kreativen Lösungen im Umgang mit Corona, vermeiden Sie Panik und zeigen Sie, wenn Sie ein karikatives Projekt unterstützen.



Unsere Tipps für E-Mail-Marketing während der Corona Krise in der Übersicht.

Titelbild © apinan / stock.adobe.com

Beitragsbild © apinan / stock.adobe.com

Beitragsbild © sp4764 / stock.adobe.com

Beitragsbild © Urupong / stock.adobe.com

Beitragsbild © Thomas Reimer / stock.adobe.com