

60 Tipps zur Kundengewinnung

E-Mail-Marketing hält sich erfolgreich an der Spitze der effektivsten Kanäle für digitales Marketing – deswegen ist seine Weiterentwicklung für jedes Unternehmen essentiell. Bedenken Sie jedoch, dass Sie die Grundlagen beherrschen müssen, um erfolgreiche Kampagnen durchzuführen: Sie brauchen hochwertige Inhalte, ein perfekt funktionierendes Tool und ein visuelles Layout, das Ihre Kunden anspricht.

Es ist jedoch genauso wichtig, dass Ihnen für Ihr E-Mail-Marketing eine Datenbank zur Verfügung steht, die wächst und deren Qualität auch ständig ansteigt. In diesem Podcast werden wir die grundlegenden Fragen im E-Mail-Marketing behandeln: Wie können Sie Ihre Abonnentenliste aufbauen und wie können Sie das Meiste aus Ihr herausholen.

Wenn ein Button oder Link "Hier abonnieren" nicht reicht – Wie können Sie mehr Abonnenten gewinnen?

Gewinnen Sie Abonnenten für Ihre Newsletter nur über ein Anmeldeformular auf Ihrer Website? So erreichen Sie wahrscheinlich nur einen Bruchteil Ihrer potentiellen Abonnenten.

Bieten Sie mehrere Kontaktmöglichkeiten an

Versichern Sie sich, dass Sie Ihren Besuchern mehrere Möglichkeiten zum Abonnieren Ihres Newsletter auf verschiedenen Kanälen anbieten.

1. Erstellen Sie eine Abonnieren Sie unseren Newsletter - App oder werben Sie mit "Abonnieren Sie unseren Newsletter" auf Ihrem Facebook Titelfoto
2. Bewerben Sie den Newsletter im Shop oder auf Ihren gedruckten Marketingmaterialien
3. Fügen Sie Call-To-Action Buttons in Ihren Youtube Videos hinzu und fügen Sie einen Link in die Beschreibung ein

4. Fügen Sie einen Link zum Anmeldeformular in Ihre E-Mail-Signatur ein
5. Sammeln Sie Messekontakte über einen Wettbewerb und fügen Sie die Möglichkeit zum Abonnieren Ihres Newsletter hinzu.
6. Fügen Sie eine Auswahlbox "Unseren Newsletter abonnieren" in den Bestellprozess eines Online Shops hinzu und senden Sie den Link in der Bestellbestätigung
7. Bieten Sie den Link zum Anmeldeformular in der Feedback Umfrage für ein Event an
8. Bieten Sie die Möglichkeit zum Abonnement nach Blogartikeln als Call-To-Actions an
9. Nutzen Sie Facebook Angebote, die nur genutzt werden können, wenn sich die Nutzer registrieren. Bieten Sie das Abonnement bei der Registrierung an.
10. Berichten Sie über Ihren Newsletter in Social Media
11. Nutzen Sie Google AdWords Kampagnen, verweisen Sie diese auf Ihre Anmeldeseite
12. Erstellen Sie einen kostenlosen Webservice oder ein Webtool, wofür sich die Nutzer anmelden müssen. Werben Sie bei der Registrierung für Ihren Newsletter
13. Nutzen Sie Partnerschaften: Organisieren Sie ein gemeinsames Event oder eine Kampagne, um Ihre Listen zusammen wachsen zu lassen
14. Veröffentlichen Sie Angebote auf LinkedIn und in passenden Gruppen, für die sich die Nutzer anmelden müssen. Bieten Sie eine Auswahlbox zum Abonnieren des Newsletter bei der Anmeldung an

Denken Sie über die verschiedenen Treffen mit Ihren Kunden nach und überlegen Sie, wie Sie das Abonnement Ihres Newsletters in diese Situationen einbinden können. Beispielsweise "Abonnieren Sie unseren Newsletter und erhalten Sie als Erste Einladungen für unsere Events" funktioniert bei denjenigen, die an einem Event teilgenommen haben. "Melden Sie sich für unseren Newsletter an und erhalten Sie einen Rabattgutschein über 15 Prozent" funktioniert bei denjenigen, die einen vollen Warenkorb zurückgelassen haben.

Verkaufen Sie Ihren Newsletter

Der Newsletter muss den Abonnenten oft verkauft werden: Er muss verlockend und verlässlich sein.

15. Bieten Sie eine kostenlose Anleitung, ein Whitepaper, einen Rabattgutschein oder andere konkrete Vorteile für das Abonnement an

16. Verlinken Sie den besten früheren Newsletter als Beispiel

17. Geben Sie an, wie oft Ihr Newsletter veröffentlicht wird und wofür die Informationen des Abonnenten verwendet werden

18. Berichten Sie, dass der Abonnent schnell und einfach die Liste verlassen kann – und halten Sie dieses Versprechen

19. Verkaufen Sie ihn konkret. Das Sales Team soll das Abonnement bei Meetings, Cold Calls und auf dem Ladentisch ansprechen. Der Newsletter ist ein einfacher Weg, in Kontakt zu gehen, auch wenn keine Zeit für ein persönliches Meeting ist.

Sprechen Sie Instinkte an

Menschen sind gesellig – der Erfolg von Social Media basiert auf diesem Prinzip, und auch die Macht von Empfehlungen im Marketing. Sprechen Sie das Bedürfnis der Abonnenten an, zu einer Gruppe zu gehören.

20. Bieten Sie "Insider Angebote" an, die nur Abonnenten erhalten: Angebote, Vorabinformationen und Einladungen für Events

21. Ermutigen Sie zu Empfehlungen. Das bedeutet nicht nur Buttons zum Teilen auf Social Media. Wenn Sie einen neuen Abonnenten gewinnen, beeindrucken Sie ihn sofort mit einer automatisierten Willkommenskampagne. Wenn Sie sich sicher sind, dass der Abonnent überzeugt werden konnte, wird es Zeit für die nächste automatisierte Nachricht: Empfehlen Sie doch den Newsletter weiter und erhalten Sie einen Rabattgutschein oder andere Vorteile.

22. Sammeln Sie Feedback und bitten Sie um Erlaubnis positive Kommentare auf der Anmeldeseite oder neben dem Formular zu verwenden

23. Wenn Sie bereits viele Abonnenten gewonnen haben, erwähnen Sie die Zahlen: "Schließen Sie sich unseren 20 000 Newsletter Abonnenten an und erfahren Sie immer als Erster von den neuesten Themen und Diskussionen."

...und wo war nochmal das Formular?

Die meisten Abonnenten treten der E-Mail-Liste über eine Website bei. Jedoch ist es überraschend oft sehr kompliziert das entsprechende Formular zu finden, denn der Weg dahin ist zu komplex oder es versteckt sich hinter mehreren Klicks. Das ideale Formular ist einfach zu finden und schnell auszufüllen.

24. Stellen Sie sicher, dass das Newsletter Abonnement auf jeder Seite auf einen Blick gefunden werden kann

25. Probieren Sie einen Hinweis - Balken oben im Browser

26. Ziehen Sie ein Pop-up Fenster in Betracht, das über der Seite erscheint. Diese wurden sowohl von Marketern als auch von Nutzern als sehr nützlich bestätigt

27. Heben Sie Pop-ups auf das nächste Level, indem Sie es so programmieren, dass es nach einer bestimmten Aktion erscheint – zum Beispiel nach dem Lesen eines Blogartikels – oder nachdem der Nutzer eine gewisse Zeit auf der Seite verbracht hat

28. Das Formular sollte nicht oben oder unten auf der Seite vergessen werden. Wenn Sie ein "schwebendes" Formular realisieren, kann das verhindert werden

29. Wenn Sie viel Wert auf Ihre Abonnenten legen, sollten Sie A/B-Testing erwägen. Es ist überraschend, wie viel Einfluss die Platzierung des Formulars oder die Farben und die Schrift auf die Anzahl der Abonnenten haben kann

Nutzen Sie Ihre E-Mail-Liste nur dazu, einen monatlichen Newsletter zu senden? Dann wird es Zeit, dies zu erweitern.

Lernen Sie Ihre Abonnenten kennen

Das alte Mantra gilt noch immer: Kommunizieren Sie mit den richtigen Menschen zur richtigen Zeit mit den richtigen Inhalten. Um hierbei erfolgreich zu sein, müssen Sie Ihre Empfänger kennen.

30. Fragen Sie sie auf der Anmeldeseite nach Ihren Interessen...

31. ...und vergessen Sie nicht, weiterhin regelmäßig danach zu fragen

32. Erstellen Sie verschiedene Wege, um sich als Newsletter Abonnent anzumelden...

33. ...oder erstellen Sie unterschiedliche Links für die verschiedenen Kanäle, damit Sie beobachten können, woher die Abonnenten kommen, und ihnen passende Inhalte anbieten können

34. Verbinden Sie Ihre E-Mail-Marketing Software mit einem Online Shop, CRM System, Stammkundensystem oder Eventmanagementsystem und nutzen Sie die Daten, die zeigen, wie der Kunde mit Ihrem Unternehmen interagiert

35. Verbinden Sie E-Mail-Marketing mit Websites, um herauszufinden, was die Kunden interessiert

36. Fragen Sie die Kunden regelmäßig nach Feedback, Entwicklungsideen und Tipps

37. Beobachten Sie, wer am aktivsten mit Ihren Newslettern agiert und nutzen Sie die Informationen zum Networking, zur Lead Generierung und für Social Media Visibility

Alle Zielgruppen sind einzigartig: Erfahren Sie, was mit Ihren Empfängern in Ihrer Branche funktioniert.

38. Analysieren Sie, welche Inhalte am wenigsten und am häufigsten geklickt werden

39. Lernen Sie, welche Überschriften funktionieren und welche nicht

40. Prüfen Sie, welche Newsletter Ihre Abonnenten am meisten und am wenigsten interessieren

41. Nutzen Sie effektive Tricks, die Sie sich von Anderen abgeschaut haben

42. Probieren Sie aus, wann Ihre Abonnenten die Newsletter am liebsten erhalten wollen

43. Prüfen Sie mit A/B-Testing, wie verschiedene Betreffzeilen funktionieren

Werden Sie persönlicher

Umso persönlicher, desto besser für den Versender und den Empfänger.

44. Überlegen Sie, ob es von Vorteil sein könnte, den Newsletter über den Namen einer Person, nicht des Unternehmens zu senden

45. Nutzen Sie Personalisierungen, Sie können zum Beispiel den Namen des Empfängers in den Inhalt des Newsletter integrieren

46. Individualisieren Sie Newsletter mit den Informationen aus den Kundendaten: Zeigen Sie unterschiedlichen Kunden unterschiedliche Inhalte an

47. Bauen Sie Segmente auf und senden Sie unterschiedliche Newsletter an die verschiedenen Segmente

48. Unterschreiben Sie den Newsletter mit dem Namen einer Person, einem Gesicht und persönlichen Informationen, anstatt des Namens des Unternehmens

Automatisieren Sie

Teile einer E-Mail Konversation können automatisiert werden.

49. Heißen Sie einen neuen Abonnenten willkommen, stellen Sie Ihr Unternehmen vor und danken Sie für die Anmeldung mit einem Geschenk

50. Bieten Sie passend zum Verhalten des Kunden Produkte an

51. Erstellen Sie eine Kampagne für passive Abonnenten

52. Belohnen Sie aktive und langfristige Abonnenten mit Angeboten und Werbegeschenken

53. Berichten Sie Ihren Kunden über die verschiedenen Wege, Ihr Unternehmen zu erreichen: Zeigen Sie Links zu LinkedIn, Facebook, Instagram, Youtube...

54. Stellen Sie sicher, dass jeder Newsletter einen einfachen Weg enthält, der den Abonnenten in einen Käufer verwandelt: Kontaktinformationen des Sales Teams, Angebote usw.

55. Verwandeln Sie einen Abonnenten in einen Käufer durch Marketing Automation

56. Formen Sie ein Abonnement in eine Empfehlung um, das kann mit Social Media Buttons gelingen

57. Laden Sie einen Abonnenten zu Events ein

Riesige Abonnentenlisten sehen zwar toll aus, aber es ist viel wichtiger, dass sich Ihre Abonnenten wirklich für die Inhalte interessieren, die Sie und Ihr Unternehmen anbieten.

58. Stellen Sie sicher, dass ungültige E-Mail-Adressen automatisch aus der Liste entfernt werden

59. Räumen Sie Ihre Listen regelmäßig auf: Wenn es Ihnen unmöglich ist, die passiven Leser zu aktivieren, verabschieden Sie sich von ihnen

60. Fragen Sie, warum ein Abonnent die Liste verlassen möchte und lernen Sie aus Ihren Fehlern

Wenn Sie diese Punkte beherzigen, wird Ihre Email Liste und Ihr Geschäft kontinuierlich wachsen.