

Verwenden Sie Emails richtig

Viele Berichte zeigten auf, dass während des Black Friday 2015 Email der Kanal war, der den meisten Umsatz erzielte - ein Beweis dafür, dass Email weit entfernt vom Aussterben ist.

So machten Emails ein Viertel¹ des umsatzbringenden Traffics aus, mehr als die organische Suche (21%¹), die bezahlte Suche (16%¹), und der direkte Traffic (17%¹). Diese Informationen sollten Ihre Strategie rund um die Neukundenakquise in dieser Jahreszeit leiten.

Wie können Sie also das bestmögliche aus Emails als Kanal herausholen? Bauen Sie die Vorfreude auf Ihre Sonderangebote auf und erinnern Sie somit untätige Kunden an Ihre Marke und Ihre Produkte.

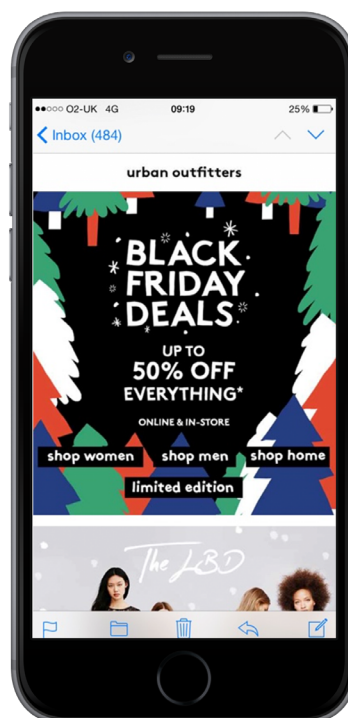
Beachten Sie folgendes:

Wählen Sie die Tage, an denen Sie Emails versenden möchten, sorgfältig aus.

Wenn sie zu früh verschickt werden, riskieren Sie, dass Ihre Kunde den Sale vergessen; zu spät hingegen und es wird schwierig, sie zu überzeugen, ihr Geld bei Ihnen zu lassen, zumal sie im Kopf die Ausgaben schon woanders gespeichert haben. Wenn Sie ein kleinerer Händler sind, dann betrachten Sie auch die Ergebnisse von GoDaddy⁹ und fangen Sie an, Ihre Emails am Montag vor Black Friday herauszusenden. Dies wurde

als der optimale Tag für kleinere Händler festgelegt, an dem sie mit ihren Kunden agieren sollten - die Öffnungsraten lagen um 14% höher als der normale Tagesdurchschnitt für November und Dezember und auch die CTR war um 23.5% höher.

Urban Outfitters
know the importance
of advertising their
Black Friday deals
through email!



Nutzen Sie in Ihren Email Betreffzeilen Begriffe, die nachweislich die Konvertierungsrate erhöht haben.

Campaign Monitor¹⁰ hat dieses Thema umfangreich analysiert in A/B Tests von Betreffzeilen von 3.941.735.015 Empfängern, aus 360.872 Kampagnen und 11.207 Listen. Die Recherchen haben ergeben, dass die folgenden Wörter den gewünschten Effekt haben: Ausverkauf, Jetzt, Vielen Dank, Sie, Neu, Exklusiv, Entdecken, Seien Sie der Erste, Sofort. In diesem Zeitraum sind Käufer nur in eine Richtung gepolt - sie möchten die besten Sonderangebote vor allen anderen - und genau diese Begriffe zeigen diese Gelegenheit auf und sorgen demnach für eine höhere Interaktion.

Nutzen Sie Ihre Onsite Daten, um Ihre Emails dahingehend anzupassen, dass sie nur die relevantesten Produkte zeigen.

Es gibt zwei Methoden, die Sie hierfür in Erwägung ziehen können:

Personalisierung.

Nutzen Sie die Daten, die Sie über das jeweilige Kauf- und Surfverhalten der Kunden gesammelt haben und heben Sie die Artikel aus Ihrem Inventar hervor, die für sie am spannendsten sind. Durch die gezielte Ansprache anhand der gesammelten Informationen gewinnen Sie die uneingeschränkte Aufmerksamkeit der Kunden. Immerhin 42%¹¹ der Käufer bevorzugen Emails, die Produkte beinhalten, die ihrem bisherigem Verhalten und ihren Käufen entsprechen.

Bodybuilding Warehouse take their Cyber Monday email efforts one step further by personalizing their communications.



Heben Sie die beliebtesten Artikel hervor.

Tage wie Black Friday und Cyber Monday eignen sich besonders gut dafür, die beliebtesten Produkte in Ihrem Onlineshop zu bewerben. Wieso? Das Kaufverhalten der Masse ist oft von dem Verlangen getrieben, mit allen anderen gleichziehen zu wollen - demnach vergleichen Käufer, welche Produkte gekauft wurden und welche Schnäppchen sie kriegen konnten. Das bedeutet, dass sie wissen möchten, welche Artikel angesagt sind, damit sie diese kaufen können aber für ein deutlich geringeren Preis. Indem Sie Ihre Bestseller hervorheben, nutzen Sie nicht nur das Massenverhalten für sich sondern auch das Konzept der Knappheit - wenn das Produkt jetzt in der Top-Liste steht, ist es bestimmt bald ausverkauft und die Motivation, es noch schnell zu erwerben, ist sehr hoch.



**42% der Käufer
bevorzugen Emails,
die Produkte beinhalten,
die ihrem bisherigem
Verhalten und ihren
Käufen entsprechen.**



Benötigt Ihr unternehmen vielleicht einen zusätzlichen Antrieb nach den Feiertagen?

Personalisierung könnte die Lösung sein. Wie wäre es mit einem
kurzen Gespräch mit einem unserer E-Commerce Spezialisten,
um mehr zu erfahren?

NOSTO.COM