

ANWENDERBERICHT VOM MASSEMAIL ZUM 1:1-MARKETING

In den letzten Jahren hat sich ein grundlegender Wandel bei der Nutzung von eMail für die Vermarktung von Dienstleistungen und Produkten vollzogen: Permission Marketing heißt das Zauberwort. Ein Unternehmen, das diesem Wandel konsequent gefolgt ist und eine innovative Softwarelösung einsetzt, ist die Marketingagentur GFB & Partner - mit Geschäftsstellen in München, Salzburg, Innsbruck, Velden und Zell am See. Wir trafen uns in München mit dem Agenturleiter Stephan Kalinka um zu erfahren, wie GFB eMail-Marketing für seine Kunden nutzt.

Das Gespräch führte Lothar Witte, freier Unternehmensberater für eBusiness und neue Medien.



*Stephan Kalinka
Agenturleiter
GFB & Partner München*

INTERVIEW

Frage: „Herr Kalinka, können Sie uns einen kurzen Überblick zu GFB & Partner Marketing Services geben?“

„GFB & Partner ist eine Full-Service Marketingagentur. Mein persönlicher Verantwortungsbereich ist der Standort München. An diesem Bereich betreuen wir rund 50 Kunden aus den Bereichen Tourismus, Sport und Lifestyle mit Full-Service-Leistungen rund um das vielfältige Thema Marketing. Wir beraten sie unter anderem auch strategisch bei der Gestaltung ihres Internetauftritts, konzipieren und realisieren für sie sämtliche Werbemöglichkeiten im Internet und unterstützen sie ganzheitlich beim Einsatz von eMail-Marketing-Tools – beim Permission Marketing von Produkten und Dienstleistungen per eMail und SMS. Qualität statt Masse ist dabei unser Geschäftsprinzip – zum Nutzen unserer Kunden.“

Frage: „Welche Faktoren sind dabei ausschlaggebend für den Erfolg Ihrer Kampagnen mit Newsletter-Versand?“

„Wesentlicher Erfolgsfaktor ist, dass unsere in den Newslettern angebotenen Informationen für die Empfänger reizvoll sind und einen Mehrwert bieten – inhaltlich interessant und vom Layout attraktiv. Ein weiterer wichtiger Faktor ist, dass die von uns für Kampagnen selektierten Adressen qualitativ hochwertig sind. Nur so erreichen wir mit dem Newsletter-Versand die gewünschten Zielpersonen. Und zu guter Letzt werden wir unterstützt durch ein leistungsfähiges eMarketing-System, das auf dem neuesten Stand der Technik ist: Einfach und intuitiv bedienbar und mit einem hohen Automatisierungsgrad - ein System, das uns in allen Phasen unseres Newsletter-Versands von Routinearbeiten entlastet.“

Frage: „Auf welche Qualitätsmerkmale setzen Sie bei Inhalt und Form Ihrer Newsletter?“

„Lassen Sie mich das mit einem Negativbeispiel aus der Vergangenheit verdeutlichen: Vor Jahren produzierten wir mit einfachen Softwaretools einheitliche Massenmails im Text-Format. Der dafür eingesetzte Aufwand war – verglichen mit heute – um einiges geringer. Die Resonanz der Empfänger war jedoch auch entsprechend bescheiden.

Heute gestalten wir unser Informationsangebot konsequent als HTML-Mails. Im Vergleich zu eMails im Text-Format sind die Inhalte damit wesentlich übersichtlicher und lesefreundlicher strukturiert. Verstärkt wird das Ganze durch eine passende farbliche Gestaltung mit Fotos, Grafik- und Textelementen. Allein mit diesen Maßnahmen erhöhen wir die Attraktivität unserer Newsletter, d.h. die Öffnungsrate bei den Empfängern liegt bei über 60% und auch die Klick- und Response-Raten erhöhen sich allein damit um einige Prozentpunkte.

Zusätzliche Aufmerksamkeit erreichen wir mit einer Personalisierung der HTML-Mails. Die persönliche Ansprache des Empfängers mit seinem eigenen Namen weckt sein erhöhtes Interesse am Inhalt. Personalisierte Text-Mails nutzen wir nur noch begleitend zur HTML-Mail, um auch Empfänger mit älteren eMail-Systemen ohne Browser bedienen zu können.“

Frage: „Und welche Rolle spielt für Sie die Qualität der Adressen?“

„Auch hier zunächst ein Negativbeispiel: Mailings, die Sie mit ungeprüften Adressdaten durchführen, führen zu einem zu enttäuschenden Responseraten. Zum anderen sind derartige Spam-Mailings rechtlich anfechtbar. Beim Permission Marketing arbeiten wir ausschließlich mit sorgfältig geprüften und selektierten Adressdaten. Das sind Adressen, die uns Besucher über die in Web-Seiten unserer Geschäftskunden integrierten Response-Formulare zugesendet und in einem weiteren Schritt explizit bestätigt haben. GFB verwendet dazu das allgemein anerkannte Double Opt-In Adressbestätigungsverfahren.“

Frage: „Welche Software verwendet GFB & Partner, um diese hohen Qualitätsziele zu erreichen?“

„Wir setzen im Unternehmen seit Jahren die ASP-Lösung EVALANCHE von SC-Networks ein. Seit 2007 nutzen wir das neue Release EVALANCHE V3. Die Software läuft auf einer ausfallsicheren ASP-Plattform im Service-Rechenzentrum. Wir wählen uns von unserem normalen Arbeitsplatz dort ein - über Browser und gesicherte SSL-Verbindungen.

Nach der Einwahl können wir parallel an verschiedenen Projekten arbeiten. Dabei unterstützt uns eine intuitiv nutzbare Grafikoberfläche in allen Phasen des Newsletter-Versands: Bei der Pflege und Selektion von Adressdaten, beim Entwurf und bei der Personalisierung von HTML- und Text-Mails, beim interaktiven Erstellen und Integrieren von Feedback-Formularen sowie beim Online-Monitoring des Versands und bei der abschließenden Erfolgskontrolle – mit dem Auswerten von Feedback- und Statistikdaten.

Aktuell bedienen wir mit EVALANCHE mehr als 50 Accounts für unsere Geschäftskunden und verschicken darüber im Jahr Newsletter an ca. 1 Millionen Privatkunden, die einen unserer Newsletter abonniert haben.“

Frage: „Wie gestalten Sie die abschliessende Erfolgskontrolle?“

„Jeder Newsletter-Versand bei der GFB schließt am Ende eine Erfolgskontrolle mit ein. Hierzu liefert uns das Link-Tracking von EVALANCHE wertvolle Informationen. Für das Link-Tracking werden die Links auf Webseiten in jeder eMail automatisch in einer speziellen Weise codiert, so dass wir anhand der Statistikdaten später feststellen können, auf welchen Link die Empfänger wie oft geklickt haben. Auf diese Weise erhalten wir eine klare Rückmeldung, welche Angebote in unserem eMailing von den Empfängern gut oder weniger gut angenommen wurden. Darauf hin können wir unsere Mailing-Inhalte für zukünftige Kampagnen entsprechend optimieren.“

Die wertvollste Möglichkeit der Erfolgskontrolle bietet EVALANCHE V3 jedoch mit seinem interaktiven Web-Formulargenerator. Mit dessen Hilfe lassen sich ohne HTML-Kenntnisse Feedback-Formulare realisieren und auf einfache Weise in die Web-Seiten unserer Kunden integrieren sowie in Farbe, Layout und Schrift an das CI des jeweiligen Geschäftspartners anpassen. Links in der HTML-Mail führen Empfänger auf diese Webseite bieten die Möglichkeit, dort ihre Adresdaten einzugeben. Jeder so entstandene Response ist klar einer Person zuzuordnen. Das ermöglicht uns, einen 1:1 Dialog mit dieser Person fortzusetzen.“

Frage: „Können Sie Angaben zu durchschnittlichen Kosten und Zeitaufwand für die Durchführung eines Newsletter-Versands machen?“

„Wenn wir als Beispiel den monatlichen Newsletter-Versand für ein Hotel nehmen, dann versenden wir an ca. fünftausend Empfänger – das sind Hotel-Stammgäste und über Web-Formulare gewonnene Interessenten - inhaltlich und vom Layout neu gestaltete HTML-Mails.“

Sämtliche Kosten für die HTML-Gestaltung des Newsletters und für den eMail-Versand inklusive Auswertung des Feedbacks liegen bei netto ca. 1.000,- Euro. Das sind ca. 20 Cent pro Empfänger. Der Zeitbedarf für den Versand liegt - inklusive der Zeit für Personalisierung und Individualisierung jedes Newsletters - bei ca. 1 bis 5 Minuten.

Verglichen mit den Kosten und dem Zeitaufwand für ein traditionelles Mailing per Postversand sind das traumhaft günstige Werte. Je nach Aufwand für den Druck des Newsletters ist beim Postversand mit Kosten zwischen 1,5 und 5 Euro pro Empfänger zu rechnen. Auch der Zeitaufwand ist erheblich größer. Und das größte Manko beim Postversand ist das nahezu vollständig fehlende Feedback der Empfänger.“

Frage: „Welche Möglichkeiten können Sie Ihren Geschäftspartnern mit EVALANCHE für eine eigenständige Nutzung bieten?“

„Einige unserer Kunden nutzen den von GFB & Partner gebotenen Full-Service. Andere möchten eigenständig ihre Marketing-Kampagnen unter eigenem Label planen und durchführen.“

Hier hilft uns die Mandantenfähigkeit von EVALANCHE. Damit sind wir in der Lage, die gesamte Bandbreite der Wünsche unserer Kunden nach Eigenständigkeit auf eine einfache Art und Weise zu bedienen. Alles, was wir dafür tun müssen, ist einen neuen Kunden-Account mit Passwortschutz unterhalb unseres eigenen GFB-Accounts einzurichten. Unmittelbar nach diesem Einrichten sind unsere Kunden dann in der Lage, die Software in der gleichen Weise zu nutzen wie wir. Unser eigener Arbeitsbereich und die unserer Kunden sind bezüglich der Zugriffsrechte klar voneinander abgegrenzt.“

Frage: „Und wie unterstützt die Software die differenzierte Abrechnung mit Ihren vielen Kunden?“

„In der Wahl des jeweils passenden Tarifmodells lässt uns EVALANCHE alle erforderlichen Freiheitsgrade. Auf der Basis des mit jedem Kunden individuell vereinbarten Tarifmodells können wir uns dann am Monatsende per Knopfdruck eine komplette Gebührenabrechnung automatisch ausdrucken lassen. Diese Abrechnung berücksichtigt sowohl die variablen Volumengebühren – abhängig von der eMail- und SMS-Nutzung – als auch die Basisgebühren – für die Bereitstellung von Systemressourcen. Diese Form der Automatisierung ist hilfreich bei der effizienten kommerziellen Nutzung.

Weitere Rationalisierungseffekte versprechen wir uns vom integrierten EVALANCHE CMS-Tool, mit dessen Hilfe wir Templates für HTML-Newsletter erstellen können. Damit können Mitarbeiter ohne HTML-Programmierkenntnisse auf einfache Art Texte, Grafiken und Links auf Web-Seiten im Newsletter eigenständig pflegen.“

GFB & Partner

MARKETING SERVICES

GFB & Partner MARKETING SERVICES GmbH

Leonhard-Strell-Straße 19

85540 Haar

Telefon: [49] (89) 46 23 72-0

eMail: office@gfb.at, www.gfb.at



LIVE TESTEN: WWW.EVALANCHE.COM

EMAIL: INFO@EVALANCHE.COM