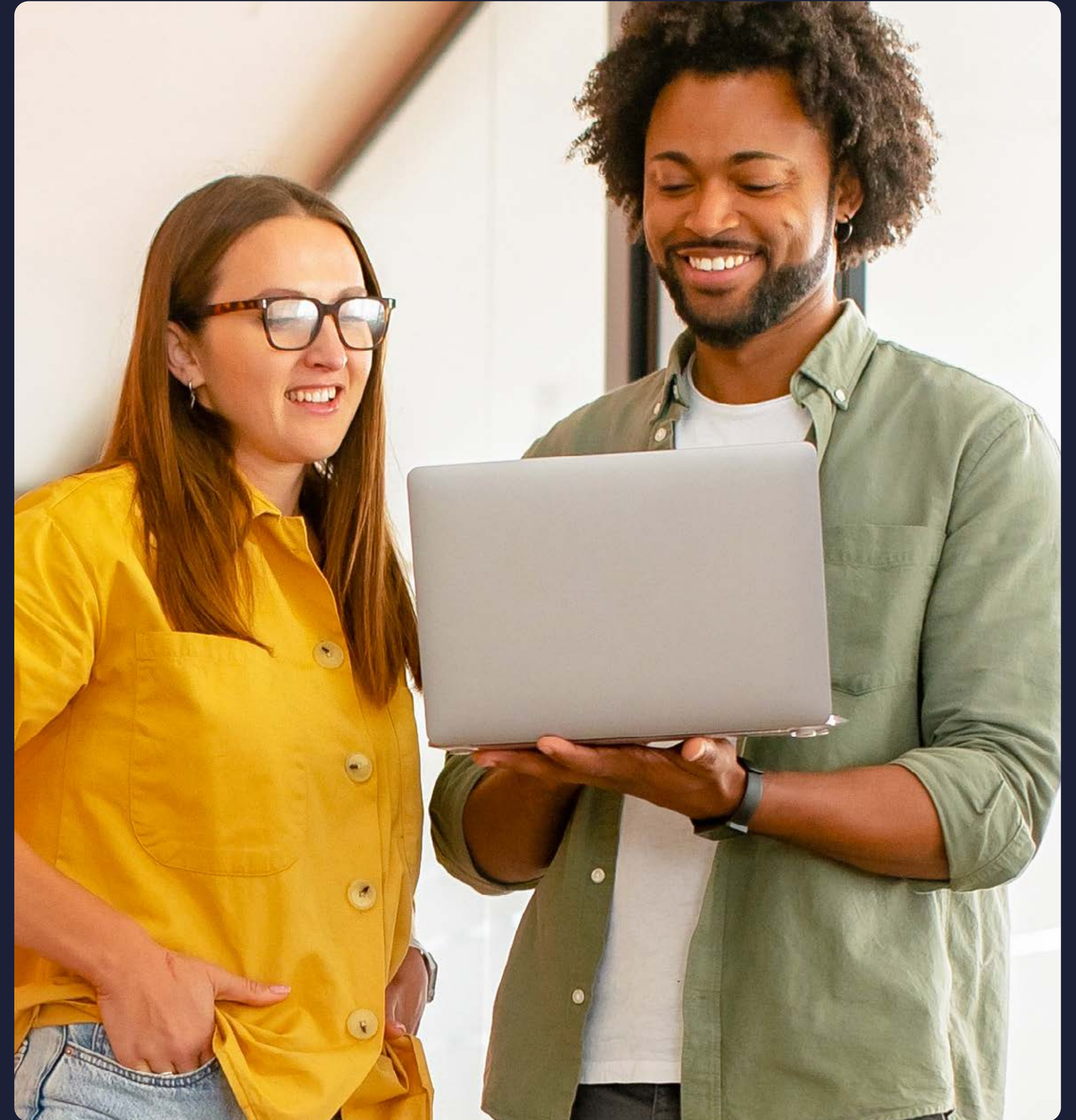


ROI-Optimierung trotz Wettbewerbsdruck

So nutzen Sie einen bereits existierenden
Kanal für Ihren Marketingerfolg



Einführung

In diesem Whitepaper gehen wir auf die Herausforderungen ein, vor denen Marketer stehen. Wir erklären, warum Geschäfts-E-Mails eines der leistungsstärksten Marketing-Tools sind, die Ihnen zur Verfügung stehen, und wie Sie E-Mail-Signaturen nutzen können, um ein breiteres Publikum zu erreichen, mehr Leads zu generieren und mehr Umsatz zu erzielen.

In der heutigen Geschäftswelt haben Verbraucher die Qual der Wahl. Sie haben unbegrenzte Möglichkeiten, wo sie ihr Geld ausgeben können, und mehrere Kanäle, über die sie dies tun können.

Sechs zentrale Herausforderungen, vor denen Marketer heute stehen

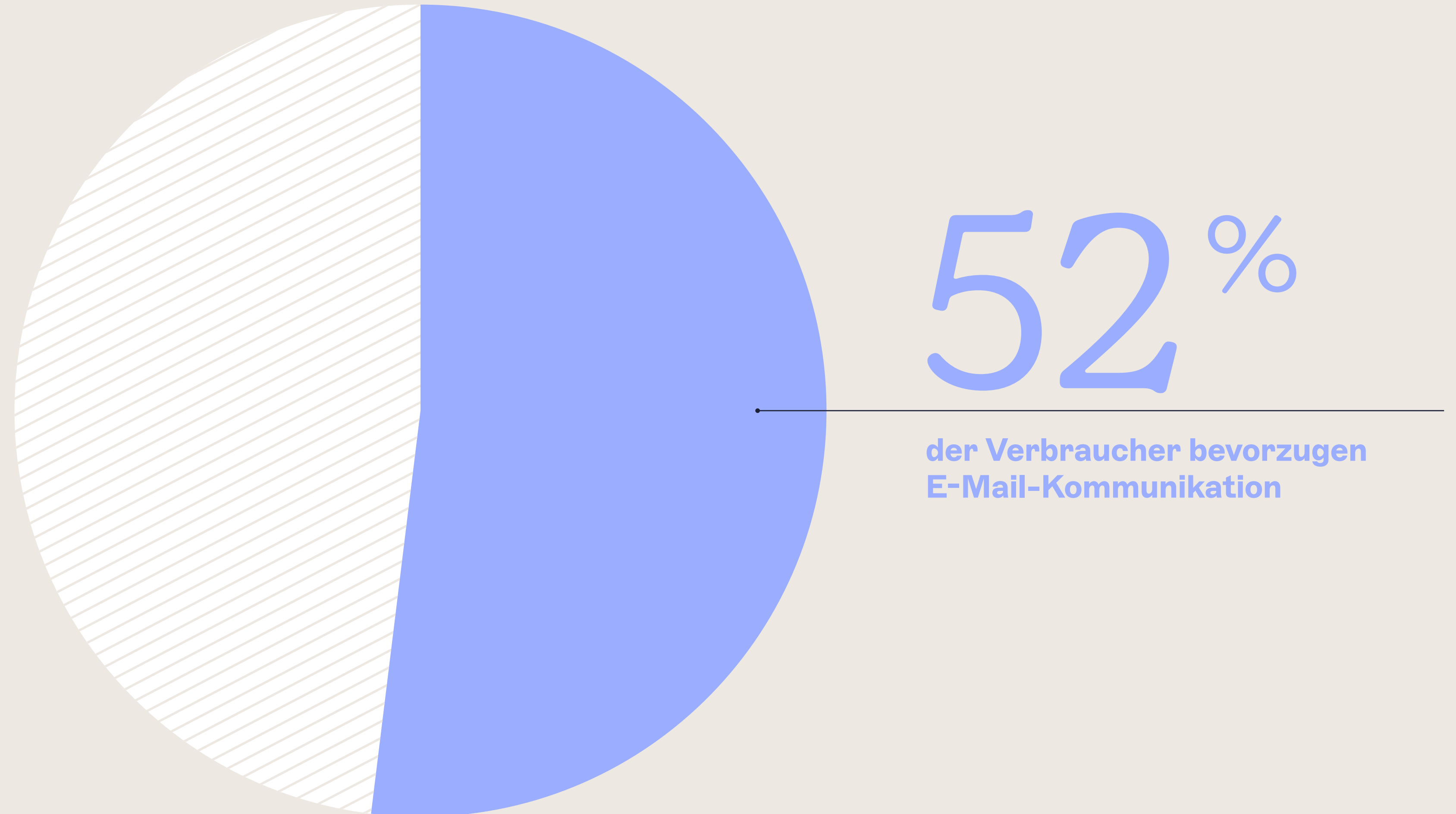
Ihre Marketingstrategie muss nahtlos über alle Kanäle hinweg funktionieren und Daten sammeln und nutzen, um das Kundenerlebnis zu verbessern, Prozesse zu optimieren und die Markentreue zu stärken.

Zielgruppen sind fragmentierter als je zuvor. Konsumenten werden blind für Marketing. Und Kunden wollen ein personalisiertes und nahtloses Einkaufserlebnis.

Herausforderung 1

Kundenverhalten

Marketer versuchen oft, ihre Zielgruppen über soziale Medien (75 %) und Influencer-Marketing (74 %) zu erreichen. **52 % der Verbraucher¹** bevorzugen jedoch die Kommunikation mit Marken per E-Mail, nur 9 % entscheiden sich für soziale Medien.

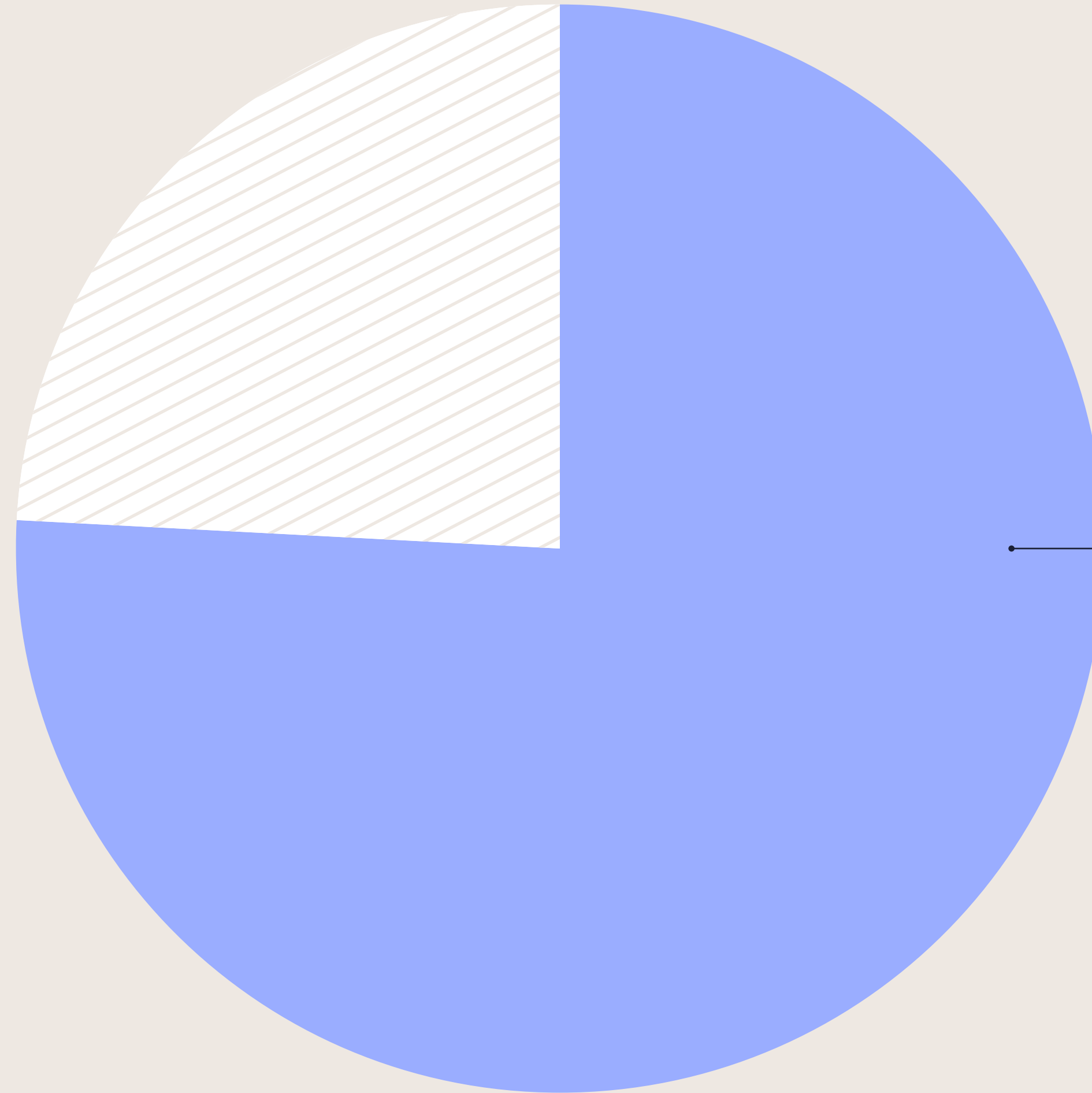


Herausforderung 2

Verstärkter Wettbewerb

Der Markt wird immer überfüllter. Daher ist es wichtig, sich von der Konkurrenz abzuheben.

Das bedeutet, dass Sie ein Wertversprechen entwickeln müssen, das auf den Wünschen Ihrer Kunden basiert. So können Sie sich erfolgreich von Ihren Mitbewerbern abheben und Ihren ROI maximieren.



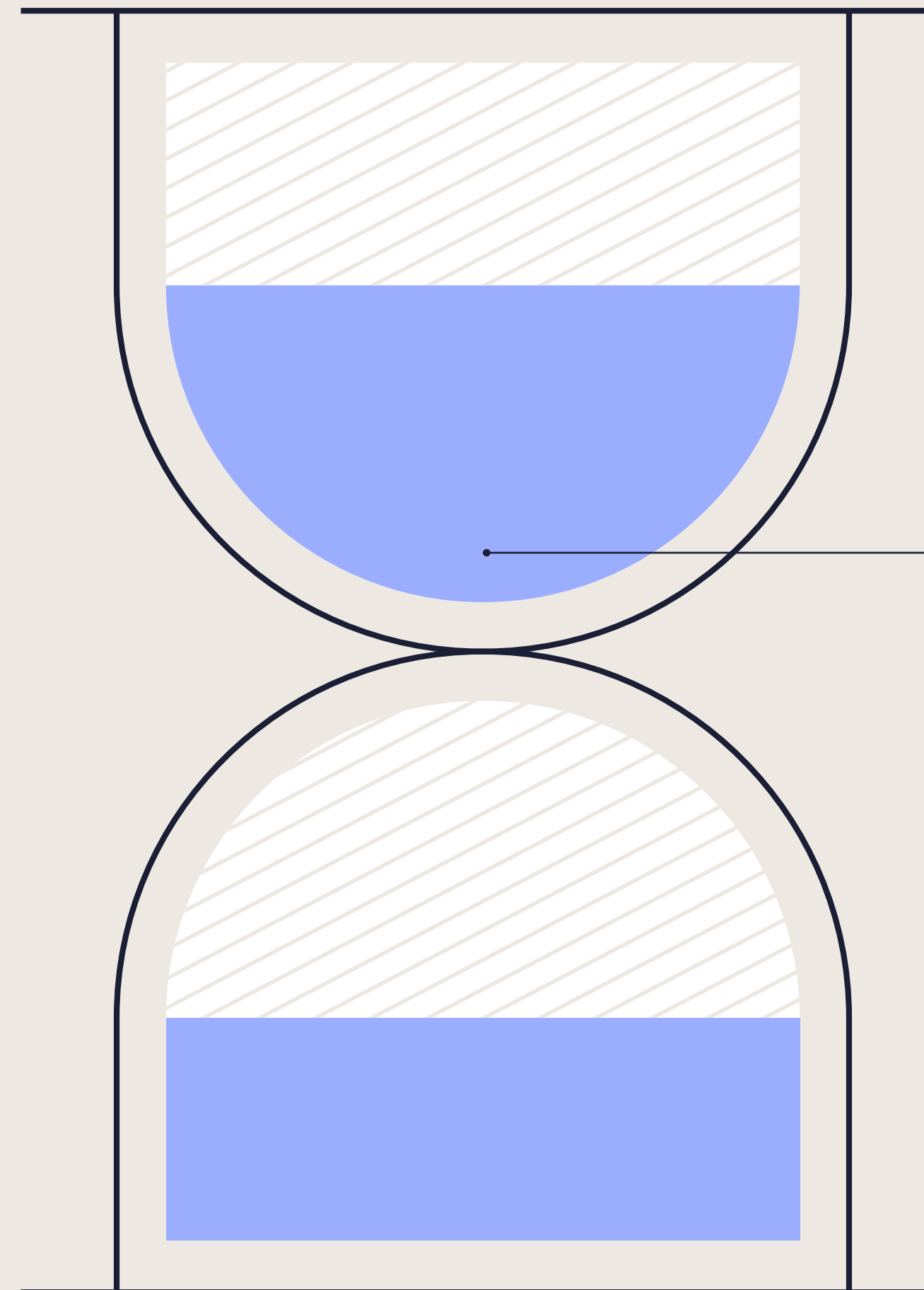
76%

der Verbraucher wählen
Marken, mit denen sie sich
verbunden fühlen

Herausforderung 3

Fragmentierte Medienlandschaft

Sie müssen die Mediengewohnheiten Ihrer Zielgruppen kennen und die Resonanz Ihrer Botschaften testen, um Ihr Budget optimal einzusetzen.

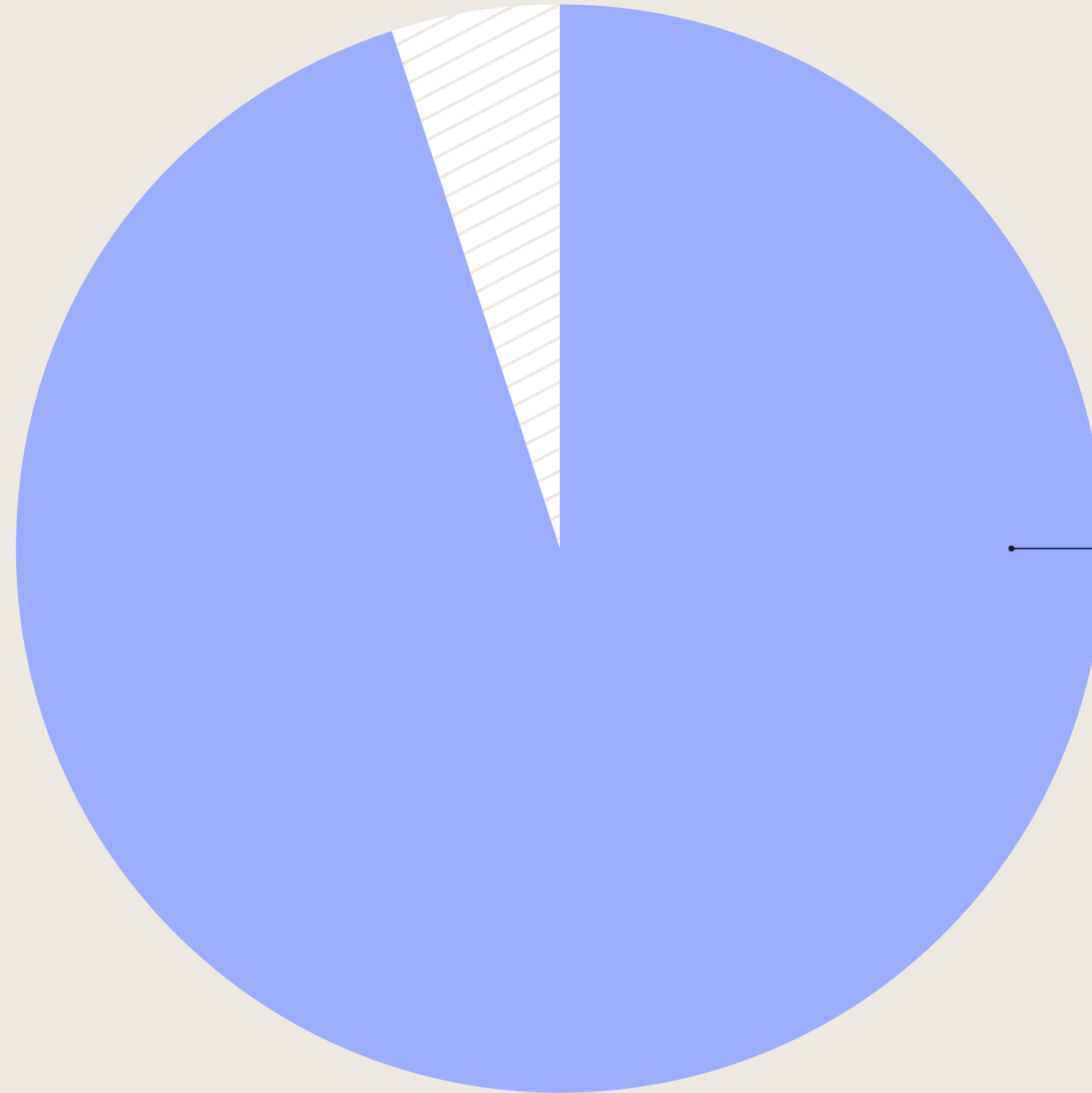


Eine Durchschnittsperson verbringt pro Tag 6 Stunden und 58 Minuten vor dem Bildschirm³

Herausforderung 4

Content Übersättigung und kurze Aufmerksam- keitsspanne

Um sich abzuheben, muss Ihre Markenbotschaft klar, relevant und nützlich sein. Das bedeutet, Kunden beim schnellen Erreichen ihres Ziels zu helfen und authentisch zu sein. Das Publikum ist übersättigt, drängen Sie also nicht nur das in den Vordergrund, was Sie bewerben möchten.



95%

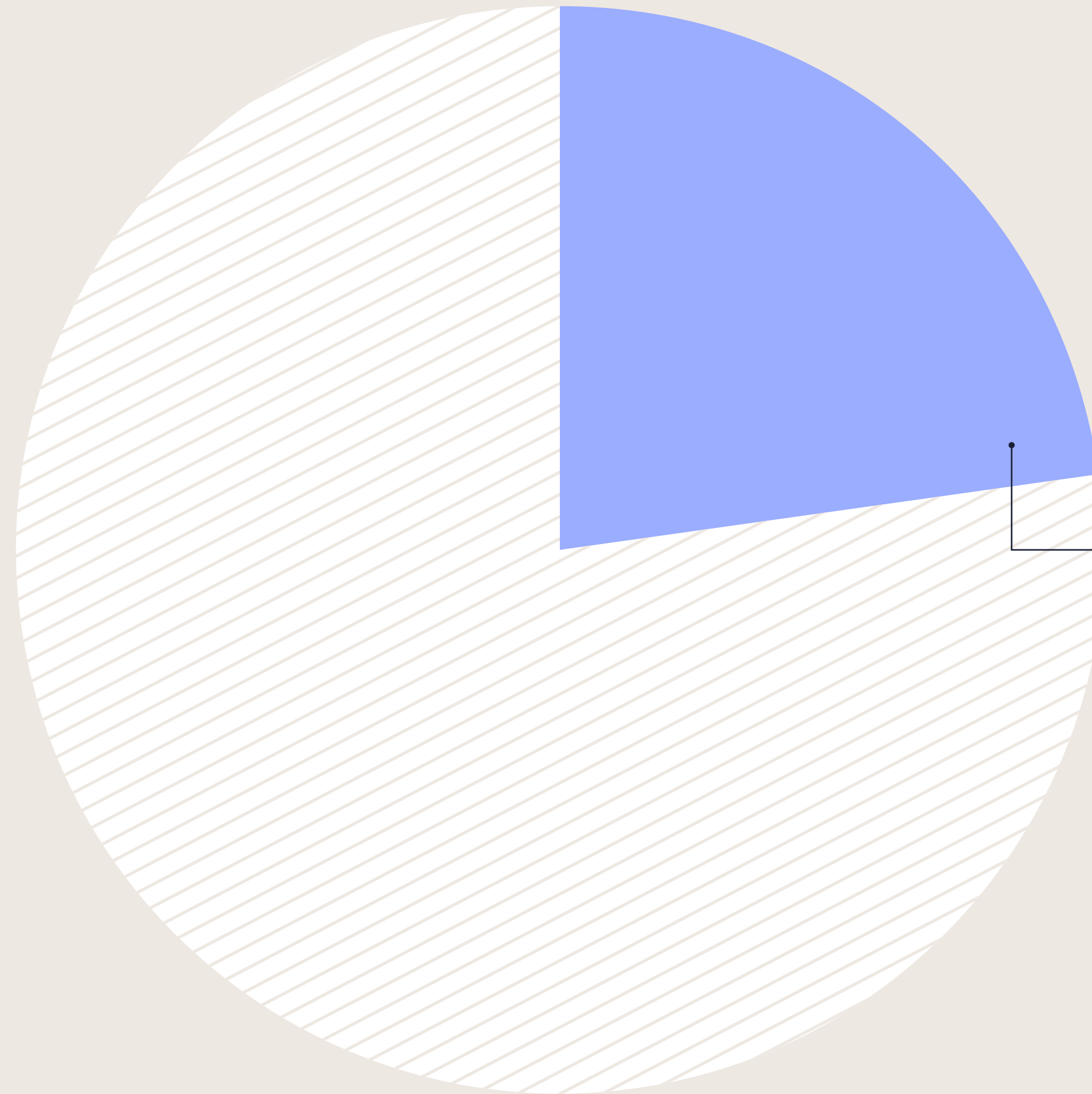
der Inhalte schaffen
es aufgrund von
Übersättigung nicht, zur
Zielgruppe durchzudringen

Herausforderung 5

Markenreputation

Mit so vielen schnelllebigen Kanälen, die verwaltet werden müssen, sind Marken anfällig für Reputationsschäden.

Die Risiken sollten nicht unterschätzt werden, da **90 % der Verbraucher⁵** angeben, dass sie nicht bei Unternehmen mit schlechtem Ruf einkaufen. Ihre Marke muss zudem auf allen Plattformen einheitlich auftreten.



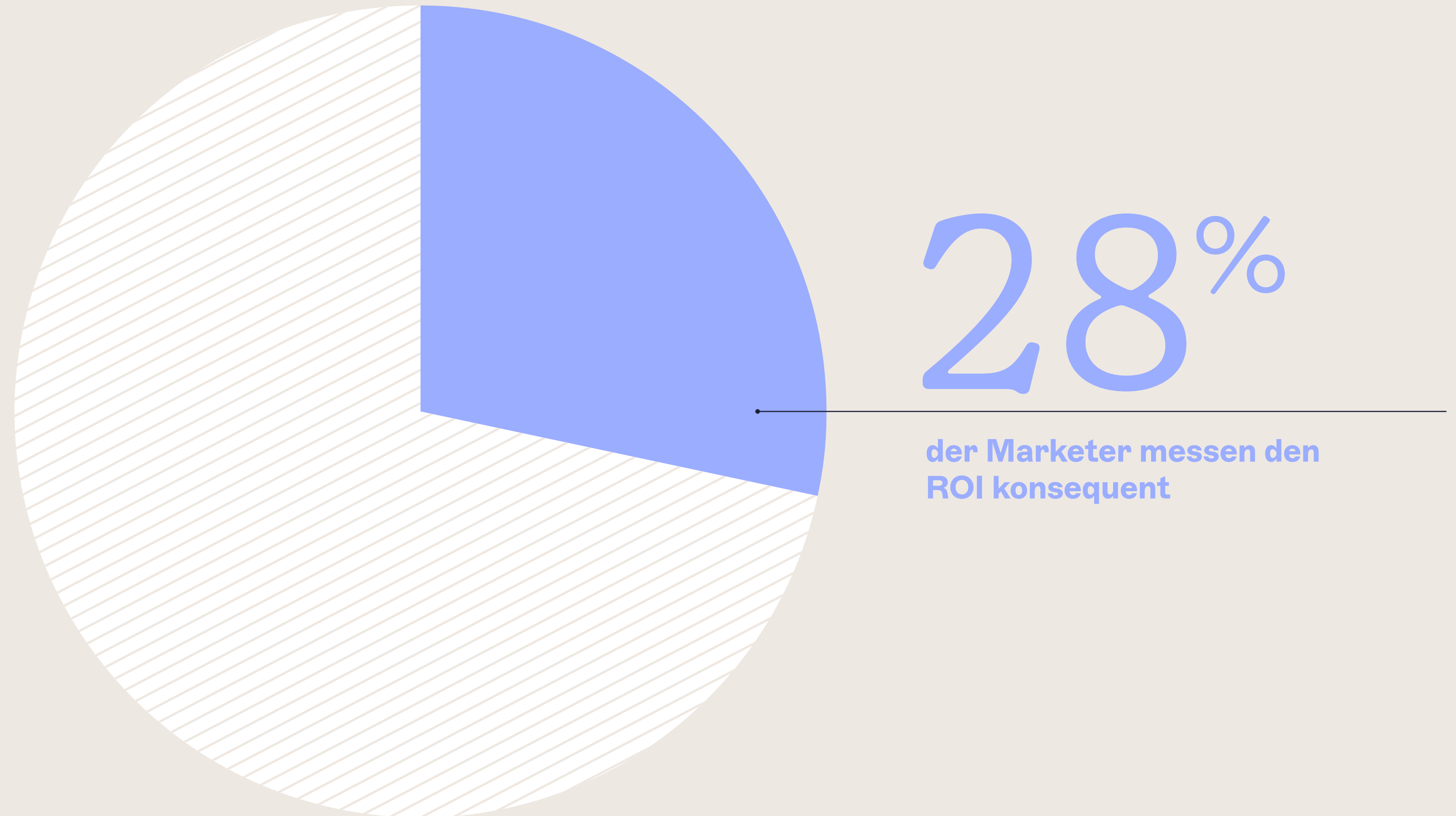
23%

Umsatzsteigerung
bei einheitlicher
Markenpräsentation

Herausforderung 6

ROI-Messung

Ohne eine Analyse der Erfolgsmetriken können Sie Ihre Ausgaben nicht rechtfertigen. Stellen Sie sicher, dass Sie die Leistung von Kampagnen kontinuierlich überwachen, um den Erfolg zu qualifizieren und zu quantifizieren. Treffen Sie datengestützte Entscheidungen, um den bestmöglichen ROI zu erzielen.



Warum E-Mails weiterhin als Motor für Marketingergebnisse dienen

Trotz wachsender Konkurrenz durch Instant Messaging- und Collaboration-Technologien ist die E-Mail nach wie vor das wichtigste Kommunikationsmittel von Unternehmen untereinander und mit ihren Kunden.

Tatsächlich nutzen **87 % der B2B-Marketer**⁸ E-Mails als primäres Mittel, um Content zu verbreiten und Leads zu generieren. Dafür gibt es mehrere Gründe.

Große Reichweite

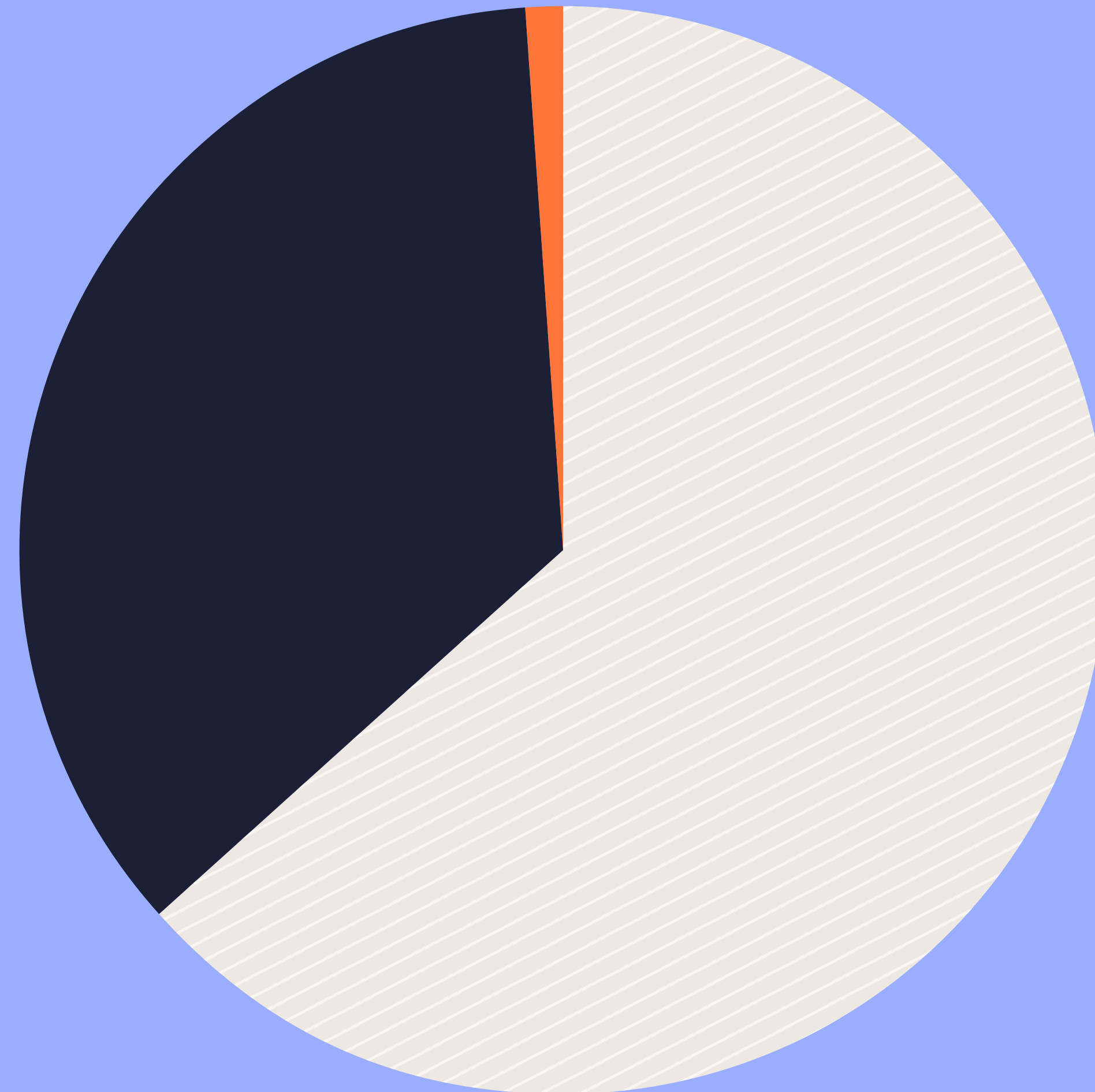
Das Marktforschungsunternehmen Radicati berechnete, dass **die im Jahr 2022 von Verbrauchern und Unternehmen gesendeten und empfangenen E-Mails bei mehr als 333 Milliarden täglich lagen⁹**. Das ist ein Anstieg von 4 % gegenüber dem Vorjahr und eine Zahl, die bis **2025 auf schätzungsweise 376,4 Milliarden tägliche E-Mails ansteigen wird⁹**.

Vertrauen und Vertrautheit

Die E-Mail nimmt unter allen Kommunikationskanälen, die Ihren Kunden zur Verfügung stehen, eine einzigartige Stellung ein. Über diesen Kanal wickeln sie ihre Geschäfte ab. Fast alles, bei dem sie sich anmelden, abonnieren oder mit dem sie sich verbinden, verwendet ihre E-Mail-Adresse.

E-Mail ist ein vertrauenswürdiger Kanal, da der Empfänger vor dem Öffnen sehen kann, von wem die Nachricht stammt. Außerdem kann er seine eigenen Berechtigungen verwalten und die Marketingbotschaften auswählen, die er wirklich erhalten möchte. E-Mail-Empfänger, die aktiv zugestimmt haben, kontaktiert zu werden, sind wertvoll und sollten entsprechend behandelt werden.

Sind E-Mail-Interaktionen wichtig für Ihren Marketing-Mix?



Quelle: Exclaimer
UK Marketing
Research 2023

Direkte Kommunikation und Aufbau von Beziehungen

Für Ihre Kunden ist eine E-Mail eine direkte Kommunikation zwischen Ihnen und Ihren Kunden. Wenn Sie wissen, **was Ihre Kunden mögen**, wollen und brauchen, können Sie sie per E-Mail ansprechen und zeitnah erreichen.

Das können Insider-Tipps sein, der frühzeitige Zugang zu Produkteinführungen, Erinnerungen an wichtige Termine oder Rabatte auf Produkte, von denen Sie wissen, dass sie Ihren Kunden gefallen.

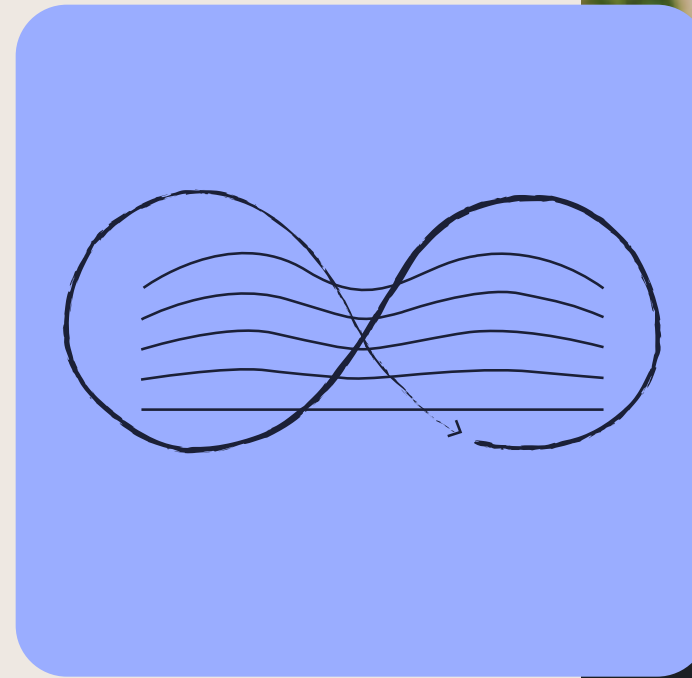
Personalisierung

71 % der Verbraucher erwarten personalisierte Erlebnisse und 76 % sind frustriert, wenn dies nicht der Fall ist¹⁰.

Aus diesem Grund sind die erfolgreichsten Marken nicht nur kundenorientiert, sondern auch kundenbesessen.

Entwickeln Sie Ihre Marketingstrategie auf der Grundlage von Erlebnissen, die auf die spezifischen und individuellen Bedürfnisse Ihrer Kunden zugeschnitten sind. Je besser Sie Ihre Kunden kennen, desto besser können Sie Ihre E-Mail-Inhalte anpassen, um ihnen spezifische Beratung und Unterstützung zu bieten.

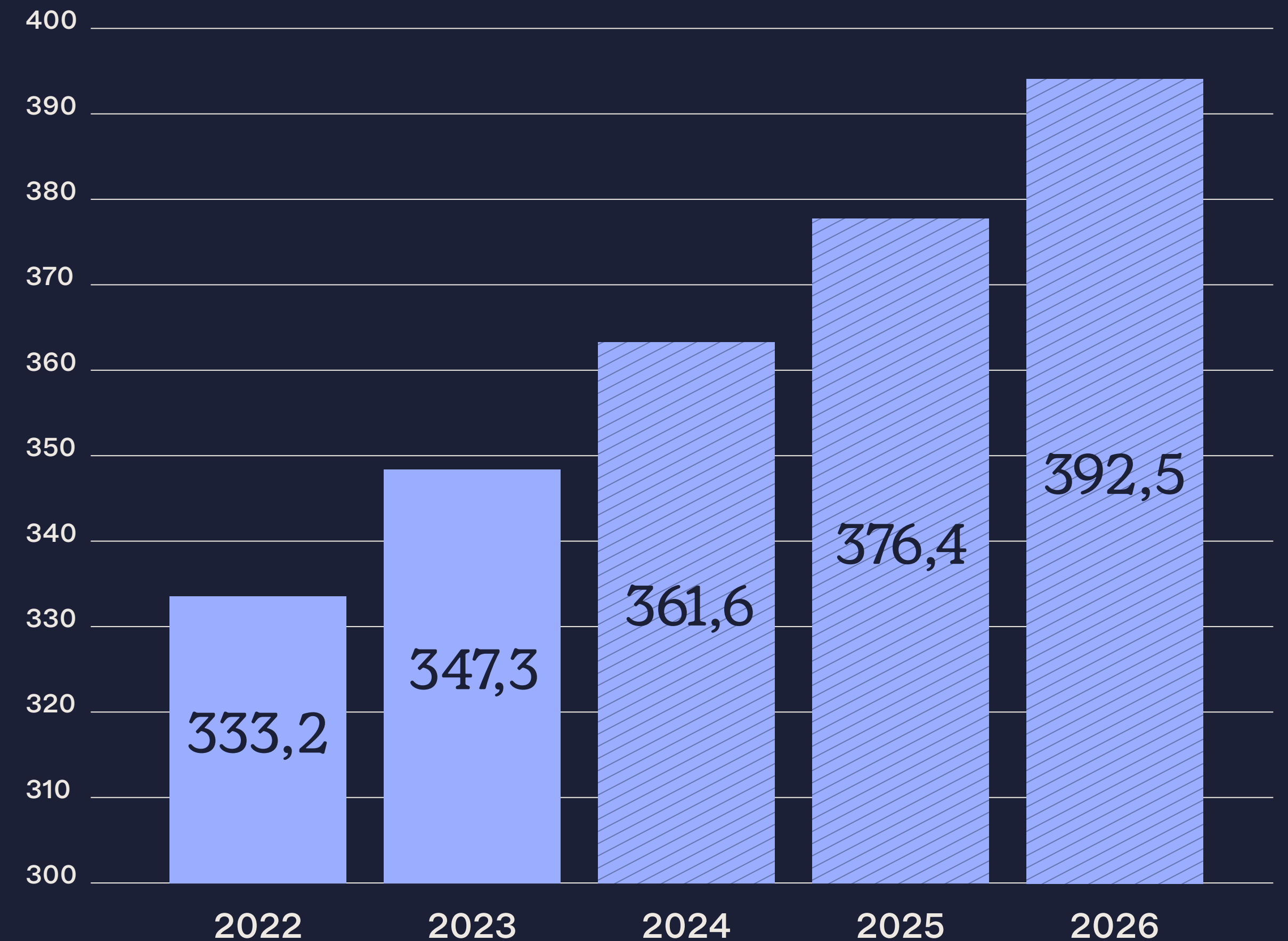
Nutzung eines Kanals, den Sie bereits kennen



Laut MailChimp **liegt die durchschnittliche Öffnungsrate für E-Mail-Kampagnen bei etwa 21 %¹¹**, sodass selbst bei einer Mailingliste mit komplettem Werbeeinverständnis vier von fünf Marketing-E-Mails nicht geöffnet werden. **Die Klickraten sind mit rund 2,5 %¹¹** sogar noch niedriger.

Weltweit gesendete/ empfangene E-Mails pro Tag

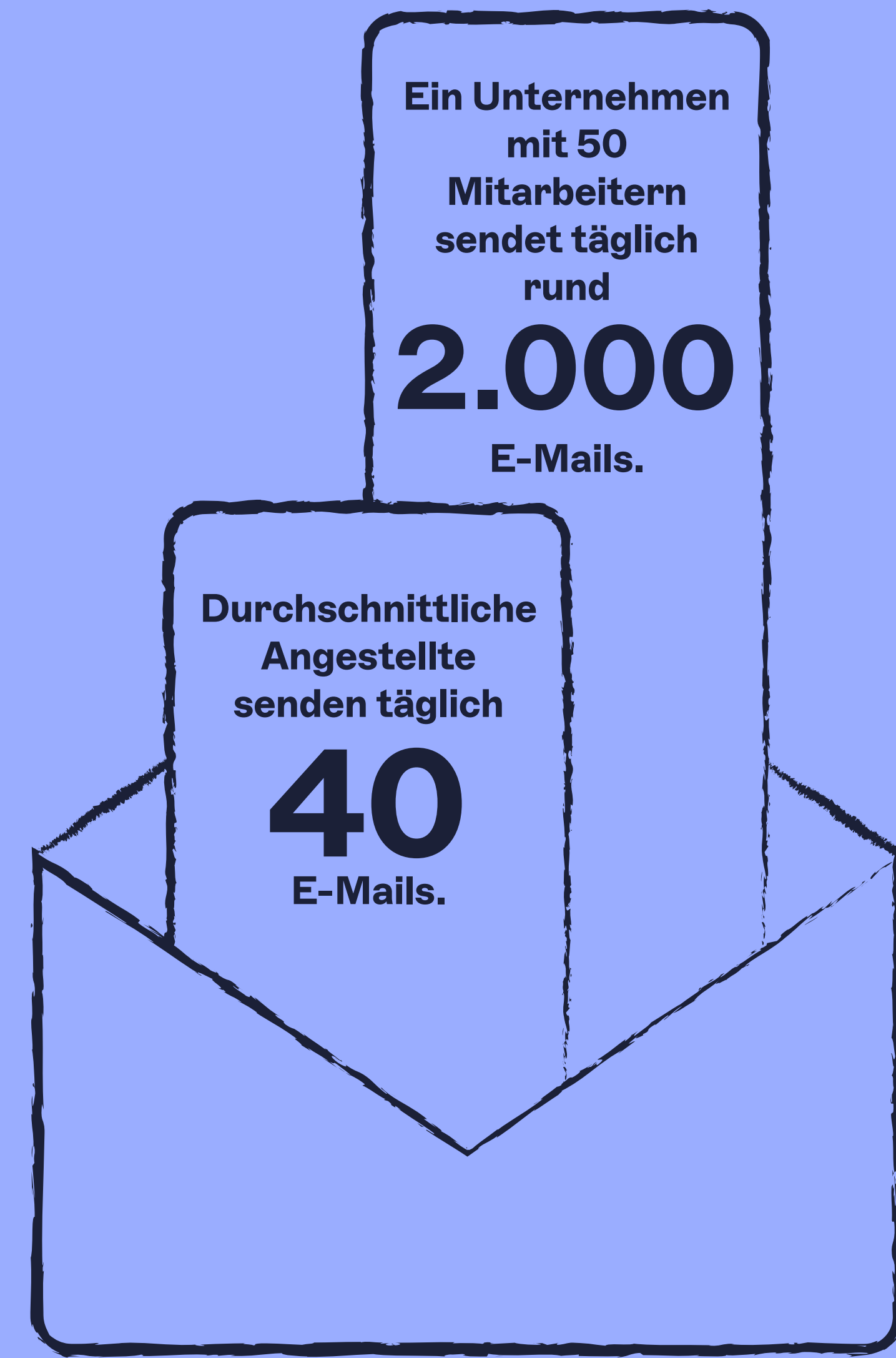
Quelle: Statista



Es gibt jedoch eine andere Art von E-Mail, die der verkaufte Held in Ihrem Marketing-Mix sein könnte: Ihre geschäftliche E-Mail.

Wenn Menschen geschäftliche E-Mails untereinander austauschen, werden sie oft geöffnet und gelesen. Wenn man bedenkt, dass **ein durchschnittlicher Angestellter 40 E-Mails pro Tag verschickt**¹², versendet ein Unternehmen mit 50 Mitarbeitern etwa 2.000 E-Mails pro Tag. Es gibt hier also ein riesiges und aufgeschlossenes Publikum, das Ihre E-Mails öffnet und bereits eine Beziehung zu Ihrer Marke hat oder eine solche aufbaut.

Und die Statistiken zum Engagement sprechen für sich. **90 % aller geschäftlichen E-Mails mit E-Mail-Signatur werden geöffnet**¹³. Noch besser: **Die Klickraten sind mit 5 % doppelt so hoch wie bei Marketing-E-Mails**¹³.



Die Vorteile von E-Mail-Signaturen als Marketingkanal

1. Kundenverhalten

E-Mails sind für Unternehmen das effektivste Mittel, um mit Kunden zu kommunizieren. Mit Exclaimer können Sie One-to-One-E-Mails in Content- und Marketing-Hubs verwandeln, die verschiedene Kanäle bedienen. So können Sie ein interessiertes Publikum auf andere Plattformen wie Ihre Website, Social-Media-Kanäle, Online-Communities, Videos und Podcasts lenken.

2. Verstärkter Wettbewerb

Ihre Geschäfts-E-Mail ist ein Medium, das Sie kontrollieren. Wenn Sie mit Exclaimer mehrere Kampagnen laufen lassen, die auf bestimmte Segmente zugeschnitten sind, können Sie wie mit keinem anderen Werbekanäle eine Verbindung zu Ihren Zielgruppen herstellen. Außerdem haben Sie Zugang zu einem Kanal, den keiner Ihrer Mitbewerber nutzen kann, wodurch sich Ihre Marke in einem überfüllten Markt von der Konkurrenz abhebt.

3. Fragmentierte Medienlandschaft

Beim Marketing geht es darum, zu experimentieren und in Iterationen herauszufinden, welche Botschaften am besten bei den Zielgruppen ankommen. Mit Exclaimer können Sie A/B-Tests für Ihre E-Mail-Signaturen durchführen und wertvolle Einblicke erhalten, welche Botschaften und Designs den größten Einfluss auf Ihre verschiedenen Kunden haben.

4. Content Übersättigung

Kunden, die per E-Mail mit Ihrer Marke in Kontakt treten, wissen bereits, was Sie zu bieten haben. Mit Exclaimer können Sie interaktive Funktionen in Ihre E-Mail-Signaturen integrieren, um die Interaktion zu verbessern. Von Social Feeds und QR-Codes bis hin zu One-Click-Umfragen und Links zur Terminvereinbarung: Ihre E-Mail-Signatur verbessert das Nutzererlebnis, indem sie Inhalte bereitstellt, mit denen Ihre Zielgruppen interagieren möchten.

5. Markenreputation

Exclaimer vereinfacht die Gestaltung von E-Mail-Signaturen. Mit einem Drag & Drop-Signaturdesigner können Marketer schnell Vorlagen erstellen und für alle Benutzer im Unternehmen bereitstellen. Dadurch wird sichergestellt, dass jede geschäftliche E-Mail ausnahmslos mit einer einheitlichen Signatur versehen ist.

6. ROI-Messung

Exclaimer enthält ein vollständiges Analyse-Dashboard zur Messung des ROI Ihrer E-Mail-Signaturkampagnen. Auf diese Weise können Sie wichtige Kennzahlen wie z. B. die Interaktionsraten, den Net Promoter Score (NPS) und den Customer Satisfaction Score (CSAT) berechnen.

Holen Sie mit Exclaimer mehr aus Ihren E-Mail- Signaturen

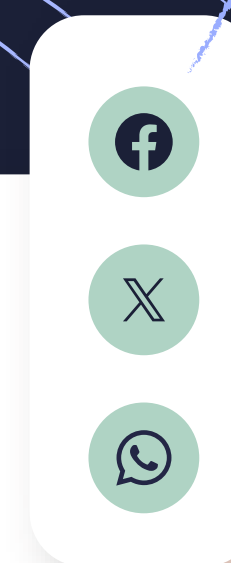
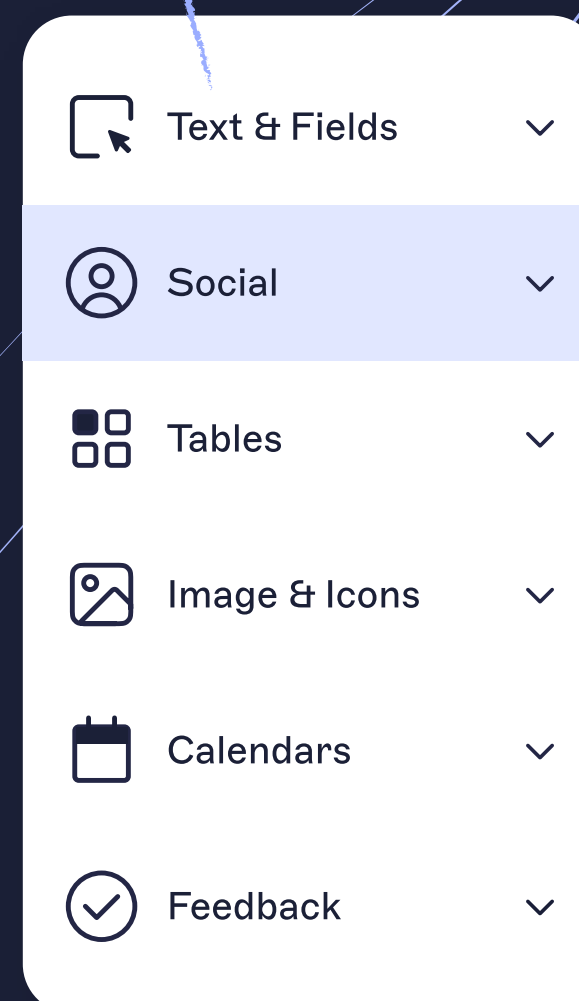
Mit Exclaimer erreichen Sie Ihre Zielgruppen ohne zusätzliche Werbeausgaben und verwandeln geschäftliche E-Mails in konkrete Umsätze.

Exclaimer sorgt für Folgendes:

- Jede E-Mail verfügt über ein einheitliches Branding
- Signaturvorlagen fördern die Zielgruppeninteraktionen
- Marketingbotschaften werden in jeder E-Mail angezeigt

Interaktive Funktionen
wie Social Media Feeds.

Nutzung eines vollständigen Analyse-
Dashboards zur Bewertung des ROI.



Feedback mit
nur einem Klick.

Einfache Gestaltung von
E-Mail-Signaturen mit
einem Drag & Drop-Editor.

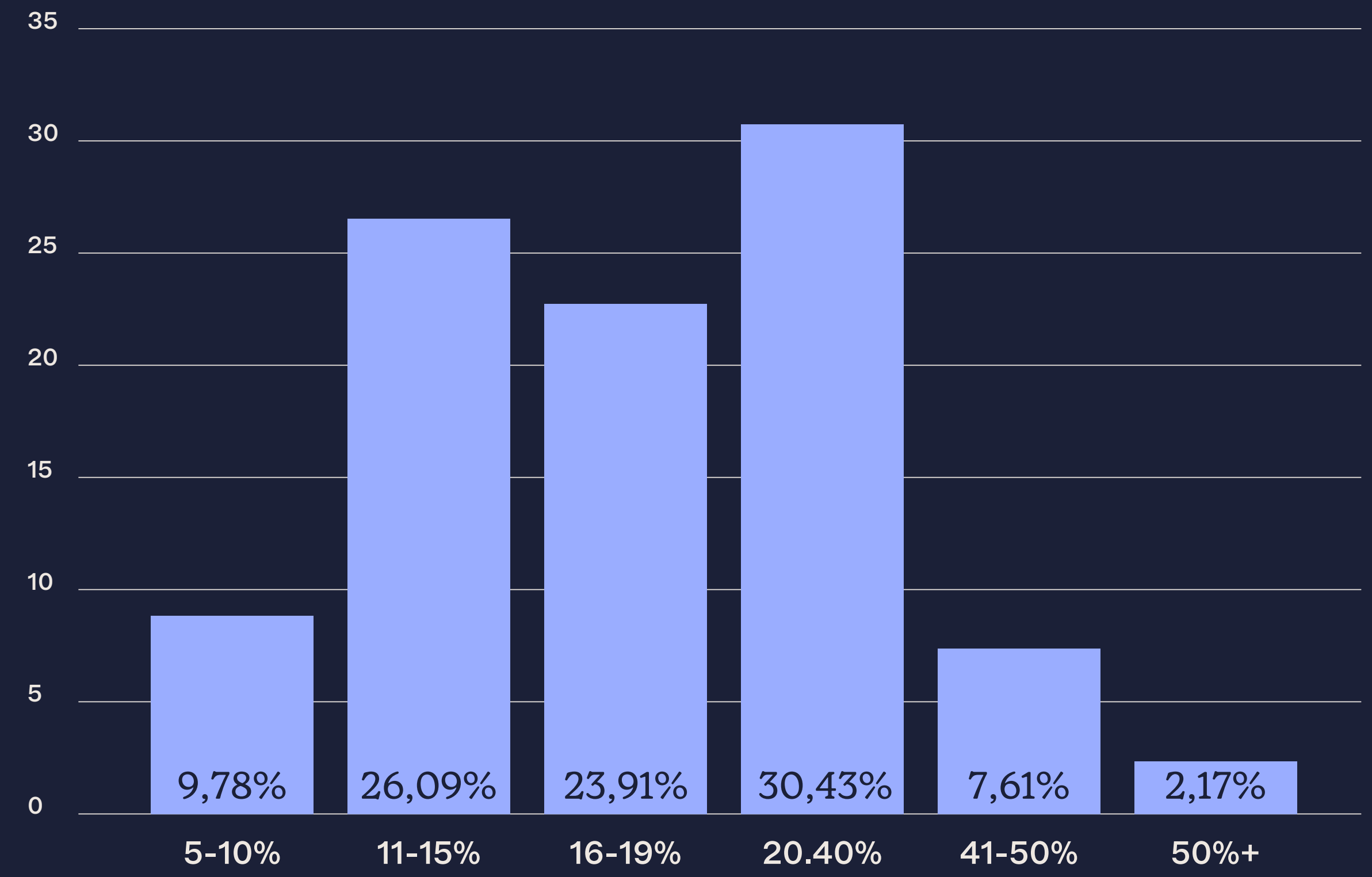
A design for an email signature and a conference banner. The signature section features a circular profile picture of a man with curly hair, followed by the text 'Mr Morris E. Ashford CTO'. Below the name are contact details: 'T: +123 456 7890', 'E: morris@syncanddeliver.com', and 'W: syncanddeliver.com'. Below the signature is a green banner with the text 'Join our conference' and a dark green button with a calendar icon and the text 'Book now'.

A/B-Test, welche Botschaften
am besten ankommen.

Nutzung von wechselnden Bannern und
Schaltung von mehreren Kampagnen.

Prognostizierter Umsatz, den Marketer durch E-Mail-Signaturen generieren

Quelle: Exclaimer UK Marketing Research 2023



So nutzen Sie E-Mail-Signaturen, um Ihren ROI zu maximieren

- Verwenden Sie eine Lösung zur Verwaltung von E-Mail-Signaturen, um markenkonforme Signaturen von einer zentralen Stelle aus zu erstellen.
- Erstellen Sie Signaturbanner, um Ihre Marketingkampagnen und Veranstaltungen zu bewerben.
- Fügen Sie Ihre Social-Media-Profile und Live-Feeds ein.
- Fügen Sie professionelle Fotos aus Ihrem Benutzerverzeichnis hinzu, um Ihre E-Mail-Kommunikation zu personalisieren.
- Integrieren Sie One-Click-Umfragen, um schnelles Feedback zu erhalten.
- Integrieren Sie Auszeichnungen und Erfolge als Social Proof.
- Fügen Sie Terminbuchungslinks ein, damit potenzielle Kunden einfach Termine mit Ihrem Vertriebsteam vereinbaren können.
- Legen Sie Regeln fest, um Signaturvarianten für verschiedene Zielgruppen und Standorte auszuspielen.
- Erstellen und automatisieren Sie mehrere Kampagnen mit wechselnden Bannern und Botschaften über dem E-Mail-Body.
- Nutzen Sie Analysen, um herauszufinden, welche Botschaften und Designs bei Ihren Zielgruppen Anklang finden.

Werbeinhalte



Ms Tania Sender
Retail Operations Manager



T: +123 456 7890
E: tania.sender@amplifystyle.com
W: amplifystyle.com

Summer sale now on
All stores & online

Up to 50% off [Shop now](#)

Disclaimer: Any views expressed in this email are the authors and do not represent Amplify Style.

Event-Werbung



Mr Morris E. Ashford
CTO



T: +123 456 7890
E: morris@syncanddeliver.com
W: syncanddeliver.com

Join our
conference

[Book now](#)



Vertriebseffizienz



Mr Bernard Maxwell-Smith
CEO



T: +123 456 7890
E: bernard@trusted-connection.com
W: trustedconnection.com

Schedule a call
with us today

[Book now](#)

Content Promotion



Mr Daniel Boost
CEO



T: +123 456 7890
E: daniel@turbo-engines.com
W: turbo-engines.com

Find out how we can
help your business

[Explore](#)

Quellen

- 1 Exclaimer, “Amid budget cuts, email prevails as preferred brand communications according to new study”, September 26, 2023. <https://exclaimer.com/company/press-releases/email-preferred-brand-communications/>
- 2 Sprout Social, “#BrandsGetReal: What consumers want from brands in a divided society”, <https://sproutsocial.com/insights/data/social-media-connection/>
- 3 Josh Howarth, “Alarming Average Screen Time Statistics (2023)”, Exploding Topics, January 13, 2023. <https://explodingtopics.com/blog/screen-time-stats>
- 4 Brian Solis, “Once Upon a Digital Time: How to Be an Amazing Storyteller When Everyone is a “Storyteller”, LinkedIn, April 2, 2018. <https://www.linkedin.com/pulse/once-upon-digital-time-how-tell-amazing-stories-when-everyone-solis/>
- 5 Kate Coleman, “52 Online Reputation Statistics for 2023”, Status Labs, July 23, 2023. <https://statuslabs.com/blog/reputation-management-stats>
- 6 Chloe West, “Top Branding Statistics You Need to Know in 2023”, Influencer Marketing Hub, July 14, 2023. <https://influencermarketinghub.com/branding-statistics/>
- 7 Charlotte Rogers, “Gaps in measurement and ROI obsession: 5 interesting stats to start your week”, Marketing Week, September 12, 2022. <https://www.marketingweek.com/measurement-roi-5-interesting-stats/>
- 8 Content Marketing Institute, “B2B Content Marketing 2020”, October 20, 2019. https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2019/10/2020_B2B_Research_Final.pdf
- 9 L. Ceci, “Number of e-mail users worldwide from 2017 to 2026”, Statista, August 22, 2023. <https://www.statista.com/statistics/255080/number-of-e-mail-users-worldwide/>
- 10 Nidhi Arora et. al., “The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying”, McKinsey & Company, November 12, 2021. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
- 11 Mailchimp, “Email Marketing Statistics and Benchmarks by Industry”, <https://mailchimp.com/resources/email-marketing-benchmarks/>
- 12 Jason Wise, “How Many Emails Does The Average Person Receive Per Day in 2023”, EarthWeb, May 13, 2023. <https://earthweb.com/how-many-emails-does-the-average-person-receive-per-day/>
- 13 Exclaimer, “Exclaimer enters new research: 67% of marketers expect email signatures to support with lead gen in 2023”, June 6, 2023. <https://exclaimer.com/company/press-releases/email-signatures-lead-gen-2023/>
- 14 Gemma Mullin, “How Brands Seduce the Consumers Subconscious Mind”, Sufio, January 11, 2019. <https://sufio.com/blog/how-brands-seduce-consumers-subconscious-mind/>
- 15 Jonathan Hedger, “The marketing rule of 7, and why it’s still relevant in B2B”, B2B Marketing, Inc. August 24, 2023. <https://www.b2bmarketing.net/archive/the-marketing-rule-of-7-and-why-its-still-relevant-in-b2b-b2b-marketing-2/>
- 16 Mary Kyamko, “74 Branding Statistics Every Entrepreneur and Marketer Needs to Know in 2023”, crowdspring, September 19, 2023. <https://www.crowdspring.com/blog/branding-statistics/>
- 17 Vanshika Gairola, “Segmentation Statistics That You Must Know in 2023”, NotifyVisitors, November 25, 2021. <https://www.notifyvisitors.com/blog/segmentation-statistics/>
- 18 Elizaveta Pavlovskaya, “70 Powerful Customer Retention Statistics You Need to Know in 2021”, Semrush, April 16, 2021. <https://www.semrush.com/blog/customer-retention-stats/>

Machen Sie mehr aus Ihren E-Mails

Probieren Sie Exclaimer aus und vereinbaren Sie eine Demo.
Überzeugen Sie sich selbst, wie Exclaimer Ihr Unternehmen
und Ihre E-Mail-Kommunikation verändern kann.

Demo: Hier klicken

exclaimer.com

