


EDITORIAL

Herzlich willkommen zur Erstausgabe von Online-Marketing-Experts. Nicht mehr allein zum Thema E-Mail-Marketing, sondern zu allen Bereichen des Online-Marketing erhalten Sie nun monatlich frische Impulse und neue Ideen und Anregungen.

Die Zeit ist gekommen, sich mit dem Thema intensiver auseinander zu setzen. Vor zehn Jahren wurde das Web erfunden, vor fünf Jahren schwebte die ganze Online-Szene im siebten Himmel und nun sind wir endlich in der Realität angekommen: Es gibt eine ausreichende Anzahl von Kunden, die das Internet ganz selbstverständlich im Alltag nutzen. Etwa jeder vierte Deutsche surft täglich im Internet, die meisten (39 Prozent) eine halbe bis eine ganze Stunde.

In diesem Heft verrät Ihnen Neckermann, welche wirtschaftlichen Gründe es hat, dass das Internet in der Priorität wieder ganz vorne steht. E-Mail-, Affiliate- und Suchmaschinenmarketing sind die Themen der nächsten Zukunft. Lesen Sie, wie der TÜV die richtigen Suchworte findet und wie SAP seine E-Mail-Response erhöht hat. Ferrero setzt dazu SMS als Rückkanal ein. Erfahren Sie, wie Liebherr und Brother seinen Kunden Online-Berater an die Seite stellt und wie Sie Behavioral Targeting einsetzen, um Ihre Zielgruppe besser kennen zu lernen.

Viel Spaß beim Lesen!


Ihr Torsten Schwarz

Von professioneller E-Mail-Beantwortung weit entfernt

Wer eine Frage per E-Mail abschickt, erwartet eine Reaktion binnen eines halben Tages. Die Hälfte aller Unternehmen antwortet aber erst zwischen 12 und 24 Stunden. Parteien brauchen noch länger. Gemeinsam mit dem Softwarehaus novomind hat das Fachmagazin TeleTalk die aktuellen Kundenkommunikations-Trends unter die Lupe genommen. Das Ergebnis ist ermühtend: Die meisten Kunden erwarten eine Antwort auf ihre elektronische Post spätestens binnen 24 Stunden. 40 Prozent wünschen sich sogar innerhalb von zwölf Stunden Antwort auf ihre Fragen. Bei den meisten Unternehmen mangelt es jedoch an schnellem Service. Mehr als ein Viertel der Unternehmen lässt sich mit einer Antwort bis zu zwei Tagen Zeit.

Auch bei den Parteien kam manche Antwort sicher erst nach der Wahl an. Das Unternehmen comcheck hat jeweils 20 E-Mails mit konkreten Fragen zu Wahlkampfthemen verschickt. Die CDU habe sich bei der Beantwortung der E-Mails teilweise bis zu vier Wochen Zeit gelassen. Nur zehn Prozent wurden binnen drei Werktagen beantwortet, bei SPD und Die Linke/PDS dagegen 80 Prozent. Im Schnitt liegt die Beantwortungsdauer bei der SPD bei 2,4 Werktagen, bei der CDU bei 11,2, bei Die Linke/PDS 3,3, bei Bündnis90/DieGrünen 4,3 und der FDP bei 7,6 Werktagen. Allerdings gehen alle deutschen Parteien selten gezielt auf die gestellten Fragen ein, sondern verschicken unnötige Informationen.

Unternehmen wissen um ihre Schwäche in der Kundenkommunikation. Bei E-Mail-Anfragen möchte kein Kunde zwei Tage oder länger auf eine Rückmeldung warten, schätzen Fach- und Führungskräfte. Das Problem verschärft sich, denn rund 47 Prozent der Unternehmen sagen eine starke Zunahme der Kommunikation über E-Mail für die nächsten fünf Jahre voraus. Dabei gilt schon heute die E-Mail für mehr als 70 Prozent der Unternehmen als wichtigstes Medium bei der Bearbeitung von Kundenanfragen. Die Firmen haben das Problem erkannt. Rund zwei Drittel der Unternehmen investieren künftig in den Ausbau von E-Mail-Management-Systemen. Außerdem ermöglichen diese Systeme zusätzliche Kommunikationslösungen, wie z.B. virtuelle Agenten und dynamische FAQs, die erste Fragen direkt auf der Webseite beantworten, oder Live Chat-Systeme, die das Kunden-Service-Center entlasten.

TERMINE

10. - 11.10.2005 HAMBURG: Konferenz „E-Marketing und E-Commerce 2005“

Folgende Themen stehen im Mittelpunkt der exklusiven Fachkonferenz: Markenführung im Internet, effizientes E-Mail-Marketing, Service und Kundenbindung, Suchmaschinen-Marketing, Online-Marktplätze, Web-Design, und Usability sowie Trends im E-Business. <http://www.bringmann.de/veranstaltungen/emarketing.html>

20.10.2005 FREIBURG: 8. Direktmarketing Ideenbörse

Im vergangenen Jahr haben die 168 Aussteller und rund 3.000 Besucher, über die Hälfte davon Unternehmer aus Baden-Württemberg, Frankreich und der Schweiz, zum Erfolg der Ideenbörse beigetragen. <http://www.messefreiburg.de/ideenboerse/index.php>

25. - 26.10.2005 MÜNCHEN: Internet World

Internet World Fachmesse und Kongress richten sich mit einer Teilnehmergebühr von 850 EUR vor allem an Geschäftsführer bzw. Vorstände sowie Abteilungsleiter und Entscheider aus Marketing, Werbung, Verkauf und Logistik. Dabei werden Unternehmen adressiert, die relevante Umsätze mit dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen im Internet erzielen. <http://www.internetworld-messe.de/>

25. - 27.10.2005 WIESBADEN: Versandhandelskongress und Mail Order World

Mit mehr hochkarätigen Referenten und Top-Themen als je zuvor startet Deutschlands größter Versandhandelsstreifpunkt, der Deutsche Versandhandelskongress 2005, am 26./27. Oktober 2005 in Wiesbaden durch. <http://www.versandhandelskongress.de/>

09. - 10.11.2005 NÜRNBERG: CRM-expo

Seit 1999 ist die CRM-expo die Top-Veranstaltung in Europa. An zwei Tagen treffen sich hier die Entscheider und Anwender aus Unternehmen mit den Fachleuten und Spezialisten der Anbieter. <http://www.crm-expo.com>