

Zielgenaue Kampagnen

**Steigern Sie den Erfolg Ihrer Kampagnen
durch Segmentierung der Zielgruppe**



Mehr Erfolg durch Segmentierung der Adressen

Was heißt „segmentieren“? Segmentierung ist ein Konzept, bei dem Versender ihre Newsletter-Empfänger nach diversen Kriterien in Zielgruppen einteilen. Die einzelnen Personen innerhalb einer Zielgruppe weisen ein ähnliches Reaktionsverhalten bzw. Informationsbedürfnis in Bezug auf bestimmte E-Mail Inhalte auf. Unter diesem Gesichtspunkt macht es in der Regel also wenig Sinn, allen Kunden dieselben Informationen zukommen zulassen.

Für jede Newsletter-Kampagne sollte der Versender seinen Adressbestand nach vorher festgelegten Kriterien segmentieren. Das setzt natürlich voraus, dass die Datenbank nützliche Kundeninformationen beinhaltet.

Potenziell kann nach beliebigen Kriterien segmentiert werden, die sich durch Daten abbilden lassen. Die jeweilige Gruppierung für eine neue Kampagne kann auf diese Weise deutlich gezielter angesprochen werden. Streuverluste werden verringert und die Öffnungsraten haben hinsichtlich der Wirksamkeit eine bessere Aussagekraft.

Weiters können durch Segmentierung die Öffnung, die Response und der Return on Investment (ROI = Anteil am Gewinn/eingesetztes Kapital) positiv beeinflusst werden.

Beispiele für eine sinnvolle Segmentierung

1. Geschlecht

2. Alter: Die Ansprache und Textgestaltung sollte bei älteren und jüngeren Menschen unterschiedlich gestaltet sein, um ein Produkt zu präsentieren.

3. Interessen: Fragen Sie Interessen ab und nutzen Sie diese um gezielte Angebote bzw. Inhalte auszusenden.

4. Aktivität: Vor allem bei langjährigen Kunden muss die Aktivität immer wieder angeregt werden. Sprechen Sie diese Zielgruppe z.B. mit besonderen Angeboten an und wecken Sie so wieder Interesse.

5. Standorte: Versuchen Sie z. B. für unterschiedliche Bundesländer spezifische Angebote, Sprachformen oder Sprichwörter einzubauen und sorgen Sie so für gesteigerte Aufmerksamkeit.

Fazit: Eine gute Segmentierung hilft Ihnen Ihre Kunden besser kennenzulernen und sie in weiterer Folge gezielter anzusprechen. E-Mail Marketing bedeutet also nicht, dass Sie die Masse nur mit einer Botschaft erreichen!