

Mobile Marketing - Der neue Trend im Online Marketing

30.11.2010, 13:42 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *GraphicMail*



Mobile Marketing mit GraphicMail

Mobile Marketing gilt bereits als der nächste große Trend, steckt aber noch in den Kinderschuhen. Im Grunde umfasst Mobile Marketing alle Marketingaktivitäten, die das Ziel haben, Konsumenten über drahtlose Telekommunikation und mobile Endgeräte direkt zu erreichen und ein bestimmtes Verhalten herbeizuführen. Dazu zählen alle SMS- sowie MMS-Aktivitäten und - was immer wichtiger wird - auch das Mobile Internet.

Da Werbeausgaben immer knapper werden, müssen Wege gefunden werden, um mit geringem Budget möglichst viele Konsumenten zu erreichen. Das Handy als persönliches Gerät und Massenmedium erlaubt es Unternehmen, ihre Marketingbotschaft zu jeder Zeit und an jedem Ort zielgerichtet an den interessierten Konsumenten zu tragen, wobei der Empfänger auch direkt die Möglichkeit hat, auf die Werbebotschaft zu reagieren. Mobile Marketing verspricht also geringe Streuverluste sowie maximale Reichweite. Wie es jedoch immer so ist, stehen in der Realität technische und rechtliche Beschränkungen im Wege. Richtig eingesetzt, kann Mobile Marketing ein solides Instrument im Marketing-Mix eines Unternehmens sein.

Eine SMS ist zwar auf 160 Zeichen beschränkt, doch manchmal reicht das zur Verkündung einer Neuigkeit völlig aus. Um Sonderaktionen zu bewerben oder Erinnerungen zu versenden, ist eine SMS die perfekte Lösung. Wenn beispielsweise die neue Kollektion eintrifft, kann ganz einfach an alle Kontakte der Kundendatenbank eine SMS versendet werden. SMS-Marketing ist eine praktische Ergänzung zum E-Mail Marketing, da keine zusätzliche

Kundendatenbank verwendet werden muss, wenn über die gleiche Plattform versendet wird. Newsletter-Abonnenten, die auch Ihre Handynummer hinterlassen, können so auch auf diesem Wege informiert werden.

Nicht nur SMS, sondern auch E-Mails werden immer häufiger in Echtzeit empfangen und gelesen. Laut einer Studie der Bitkom geht bereits jeder zehnte mit dem Handy ins Internet und die Tendenz ist steigend. Das Smartphone wird dadurch für Online Marketer immer beliebter. Die Erreichbarkeit und die Bereitschaft der Abonnenten, Ihre E-Mails auch wirklich zu lesen, ist auf den Smartphones sogar höher, da es stets in Reichweite ist und in langweiligen Momenten als Beschäftigung dient. Am PC werden Newsletter oft nicht aufmerksam gelesen, weil nebenbei noch so viele andere Dinge passieren. Da die Verbreitung von Smartphones sehr rasant zunimmt, sollten auch E-Mail Marketing Kampagnen auf diese schlaunen Geräte optimiert werden.

Das Display ist relativ klein und nicht alle E-Mails werden automatisch auf diese Größe angepasst, was den Leser natürlich frustriert. Zum Glück sind die meisten Smartphone Verwender stolze iPhone Besitzer und haben nicht mit diesen Problemen zu kämpfen. Trotzdem sollten bei der Erstellung der Kampagnen einige Dinge beachtet werden. Versuchen Sie die Datenmenge möglichst gering zu halten, indem sie nicht allzu viele Bilder integrieren, da der Ladevorgang ansonsten lange dauert oder die E-Mail schwer lesbar ist. Außerdem möchten Sie ja nicht, dass Ihre Empfänger wunde Fingerkuppen vom vielen Scrollen bekommen. Wenn Sie Bilder einfügen, sollten Sie stets an den ALT Text denken, der angezeigt wird, falls die Bilder geblockt werden. Um weitere Darstellungsprobleme zu vermeiden, ist ein einfaches Layout mit einfachem Raster von Vorteil.

Testen Sie am besten vor dem Versenden wie Ihre E-Mail dargestellt wird, um böse Überraschungen zu vermeiden. Professionelle E-Mail Marketing Lösungen zeigen bereits, wie die E-Mail in verschiedenen E-Mail Clients angezeigt wird.

Auf Smartphones wird ergänzend zur Betreffzeile auch der Preheader dargestellt, der aus den ersten paar Worten der E-Mail besteht. Da die ersten Zeilen entscheidend dafür sind, ob die E-Mail geöffnet wird oder nicht, sollte ganz besonders darauf geachtet werden, was hier steht. Leider enthalten die ersten Worte nach der Betreffzeile meist den Hinweis zur Webansicht, falls die E-Mail nicht richtig dargestellt wird. Das Potential des Preheaders wird damit verschenkt. Es ist aber auch nicht ganz so einfach den Inhalt des Preheaders selbst zu bestimmen, weil der automatische Link zur Webansicht immer ganz oben in der E-Mail erscheint und nicht versetzt werden kann. Sie haben also die Qual der Wahl: Entweder Sie deaktivieren den automatischen Preheader im E-Mail Marketing Programm, fügen eine packende erste Zeile ein und dann den Link zur Webansicht oder Sie vertrauen auf die Kraft Ihrer Betreffzeile und belassen es bei dem automatischen Preheader.

Wenn die E-Mail dann geöffnet wird, fällt der erste Blick auf den Header. Da auf dem kleinen Display nicht so viel angezeigt werden kann, sollte der Header nicht allzu viel Platz einnehmen. Das Design sollte zur Corporate Identity des Absenders passen und kann auch bereits ein paar Calls to Action beinhalten wie beispielsweise die Weiterleiten-Funktion und Social Share Buttons, die es den Empfängern ermöglichen, den Newsletter direkt in ihren Social Networks wie Facebook und Twitter zu posten. Profitieren Sie damit auch vom Word of Mouth Effekt.

GraphicMail verbindet E-Mail Marketing und Mobile Marketing in einer Plattform und macht Ihnen somit die Kombination beider Kanäle ganz einfach. Um SMS an Newsletter Abonnenten zu senden, benötigen Sie keine zusätzliche Datenbank. Außerdem können Sie direkt in Ihrem Account testen wie Ihre E-Mails in verschiedenen E-Mail und Mobile Clients dargestellt werden.

Die GraphicMail-Anwendung, entwickelt von Quattro, ist mit derzeit über 6.000 Kunden und Support-Zentren in 14 Ländern an der globalen Spitze im Markt. Organisationen wie z. B. Europcar, Grohe, Cox Communications, Harvard University und Oxfam arbeiten mit GraphicMail, um die Beziehungen mit ihren Lieferanten, Kunden, Studenten und Mitglieder zu pflegen.

News-ID: 490581 • Views: 910 (Stand: 06.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/490581/Mobile-Marketing-Der-neue-Trend-im-Online-Marketing.html>