

Link: <https://www.computerwoche.de/a/mit-spezial-software-hohe-oeffnungsraten-ausnutzen,1894659>

Unterschätzte Transaktionsmails

Mit Spezial-Software hohe Öffnungsraten ausnutzen

Datum: 07.05.2009
Autor(en): Diego Wyllie

E-Mails, die Anwender etwa nach einer Online-Registrierung automatisch erhalten, weisen eine besonders hohe Öffnungsrate aus. Mit Hilfe der richtigen Versand-Software können sie zu Marketing-Zwecken eingesetzt werden.

Die so genannten "Transaktionsmails" werden in der Regel von einem Backend-System wie etwa einer **E-Commerce**¹- beziehungsweise **ERP**²-Lösung automatisch versandt und beziehen sich auf eine konkrete Aktion des Empfängers. Nach Einschätzung des **E-Mail-Marketing**³-Spezialisten **Optivo**⁴ aus Berlin haben sie den Vorteil, dass sie - im Gegensatz zu werblichen Mailings und Newslettern - eine Öffnungsrate von 80 bis fast 100 Prozent aufweisen. Der Grund: Sie werden von den Empfängern erwartet und enthalten wichtige Informationen. Da liege es also nahe, diese Mails auch zu Marketing-Zwecken zu nutzen.

Integration in Business-Anwendungen

Zu den Anwendungsbeispielen zählen neben Registrierungs- und Auftragsbestätigungen oder Versand- und Lieferbenachrichtigungen auch Abwesenheitshinweise oder Autoresponder. Mit Hilfe von E-Mail-Marketing-Systemen wie etwa "**Elaine**"⁵ von der Artecic AG oder "**Optivo Broadmail**"⁶ lassen sich sowohl die Anstoßketten für den Versand der Transaktionsmails als auch deren graphisches Design definieren.

Ferner können solche Versandlösungen häufig mit bereits bestehenden E-Shops, CRM- oder ERP-Systemen integriert werden. Die relevanten Daten und Inhalte werden meistens via Web-Services an das Versandsystem übergeben und anschließend versandt.

Performance-Daten speziell erheben

Grundsätzlich sollten diese Mails zurückhaltend gestaltet werden, um ihren ursprünglichen Informationscharakter nicht zu verlieren und die Aufmerksamkeit der Empfänger nicht zu strapazieren, erklärt Optivo. Für eine detaillierte Auswertung und **fortlaufende Optimierung**⁷ empfehle es sich zudem, die gewohnten Performance-Daten wie Öffnungs- und Klickraten mittels eines entsprechenden Tools zu erheben. Transaktionsmails sollten am besten im HTML-Format erstellt werden.

Links im Artikel:

¹ <https://www.computerwoche.de/index.cfm?pid=509&pk=1864320>

² <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/e/erp.html>

³ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1888598/

⁴ <http://www.optivo.de/>

⁵ http://www.artecic.de/enid/ELAINE/ELAINE_E-Mail_Marketing_eb.html

⁶ <http://www.optivo.de/de/solutions/products/broadmail.html>

⁷ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1890408/

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.