

---

# Drei Wege zum dmexco-Vertriebserfolg mit E-Mail-Marketing

---

**Rastede, 10. August 2016**

**Rastede, 10. August 2016** – Messen zählen immer noch zu den erfolgreichsten Vertriebsinstrumenten der Unternehmen, so die Ergebnisse einer AUMA-Umfrage\*. Auf der diesjährigen dmexco präsentieren sich mehr als 950 Aussteller aus der Digitalwirtschaft. Um die Messekommunikation effektiv zu gestalten, ist die Verknüpfung mit einer E-Mail-Kampagne das A und O. Doch viele Aussteller beschränken die E-Mail-Kommunikation vor der dmexco auf den Standort-Hinweis. CleverReach zeigt drei Wege auf, wie Unternehmen E-Mail-Marketing erfolgreich einsetzen können, um den Vertriebserfolg zu unterstützen.

## **Tägliche E-Mail-Kommunikation: Der Footer**

Weltweit werden jeden Tag 116 Milliarden Business-E-Mails verschickt\*\*. Das Potenzial der E-Mail-Footer wird bislang allerdings nicht ausgeschöpft. Dabei kann die Signatur in der täglichen E-Mail-Kommunikation ein effizientes Marketing-Tool sein. Lassen Sie sich einen dmexco-Marketing-Banner bauen und platzieren Sie diesen in allen ausgehenden E-Mails. Dabei sollte der Banner auf eine Landing-Page verlinken, die die allgemeinen Informationen zur dmexco, wie Ihre Neuheiten, Messestand, Terminanmeldungen etc., enthält. Es ist empfehlenswert, die Banner regelmäßig zu wechseln und die Performance zu tracken. So können Sie einfach nachvollziehen, welches Motiv am besten ankommt, und nach Bedarf optimieren.

## **E-Mail-Kampagnen zur dmexco: Relevanter Betreff**

Betreffzeilen wie „Muster-Unternehmen ist auf der dmexco“ dominieren in der pre-dmexco-Zeit die E-Mail-Postfächer der Kunden. Wie also erzielen Sie hier bestmögliche Aufmerksamkeit? Halten Sie sich kurz sowie konkret und seien Sie innovativ, zum Beispiel indem Sie im Betreff das Motto Ihres Standes hervorheben. Auch der ANSI-Code für Sonderzeichen kann hier von Vorteil sein. Aber Vorsicht: Die Symbole sollten nicht einzelne Wörter ersetzen, denn nicht jedes Endgerät kann sie korrekt darstellen. Zu guter Letzt: Respektieren Sie die Lesezeit Ihrer Kunden und wiederholen Sie sich nicht in der Absenderzeile, im Betreff sowie der Headline der Nachricht.

## **Auf der dmexco: Digitale Leaderfassung**

Auf der Leitmesse der digitalen Wirtschaft wird eins vernachlässigt: Leads digital zu erfassen. Neukontakte werden häufig noch immer mit Stift und Papier dokumentiert. Jedoch dauert es oft Wochen, die handgeschriebenen Notizen und Visitenkarten zu sortieren und in die Datenbank einzutragen. Dabei ist

rasches Leadmanagement der Schlüssel für nachhaltige Vertriebsfolge. Erfassen Sie die Messegespräche gleich digital, um die Nachbereitung effizienter und erfolgreicher zu gestalten. Die so gewonnenen Daten stehen dann sofort für Vertriebsaktivitäten zur Verfügung. Ihr Vorteil: Sie können Ihre Standbesucher noch auf der Messe mit einer individuellen E-Mail-Kampagne ansprechen und mit weiterführenden Informationen versorgen. So fallen Sie durch besondere Agilität positiv auf.

### **CleverReach auf der dmexco**

CleverReach präsentiert THEA, die eigene Lösung für Marketing-Automation, sowie die neue Verknüpfung der Facebook Lead Ads mit E-Mail-Marketing auf der dmexco in **Halle 6 / C041**. Am zweiten Messetag sprechen Björn Krull und Dennis Schröder, zertifizierte eTrainer und zuständig für Education & International Services bei CleverReach, in der Speakers' Corner in Halle 6 um 13:00 Uhr zum Thema „E-Mail-Marketing einfach einfacher – Der Clevere gewinnt!“.

### **Quellen:**

\*AUMA-Umfrage Messe Trend

\*\*The Radicati Group, Inc. Email Statistics Report 2015-2019

---

### **Unternehmensporträt CleverReach<sup>®</sup>**

CleverReach<sup>®</sup> ist mit mehr als **270.000 Kunden** in 152 Ländern einer der führenden Lösungsanbieter für E-Mail-Marketing. Die Software ermöglicht die Direktkommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kunden und zeichnet sich gemäß dem Motto „einfach einfacher“ durch eine schnelle und leichte Einrichtung sowie Handhabung aus. CleverReach<sup>®</sup> setzt auf hohe Technologiestandards, Schnittstellen zu relevanten Content-Management-, CRM- und Shop-Systemen, einen kompetenten Kundenservice und auf ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis.

CleverReach<sup>®</sup> wurde 2007 in Deutschland gegründet und erfüllt höchste Datenschutz-Standards, weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Seinen Firmensitz hat CleverReach<sup>®</sup> im innovativen **//CRASH-Building**

in Rastede. Referenzkunden sind unter anderem Spotify, Carglass, Kununu, TESA, bugatti, Amnesty International, DHL und REWE. [www.cleverreach.de](http://www.cleverreach.de)

<b>Geschäftsführung:</b>	Jens Klibingat, Sebastian Schwarz & Sebastian Strzelecki
<b>Gesellschaftsform:</b>	GmbH & Co. KG
<b>Gründung:</b>	2007
<b>Firmensitz:</b>	Rastede/Oldenburg (Niedersachsen/Deutschland)
<b>Dienstleistungen:</b>	Cloudbasierte Technologielösung für E-Mail-Marketing: <ul style="list-style-type: none"><li>• Stand-alone-Mailings, Newsletter, dynamische RSS-Kampagnen</li><li>• Schnittstellen zu relevanten CMS, CRM- und Shop-Systemen</li><li>• Einfache und mehrstufige automatisierte E-Mail-Strecken mit THEA (E-Mail Marketing Automations-Lösung)</li><li>• Reports/Echtzeitstatistiken zur Erfolgskontrolle und Optimierung, Design- und Spamtests, A/B-Split-Tests, multivariate Tests</li><li>• Mehrsprachiger E-Mail- und Telefon-Support</li></ul>
<b>Referenzbranchen:</b>	KMU, Onlinehandel, Touristik, Einzelhandel/Handel, Fashion/Textil, Dienstleistungsbranche, Konsumgüterindustrie, Automotive
<b>Länder:</b>	Kampagnen und Kunden in 152 Ländern, insbesondere D-A-CH, Europa und USA
<b>Website:</b>	<a href="http://www.cleverreach.de">www.cleverreach.de</a>
<b>Kontakt:</b>	CleverReach GmbH & Co. KG <b>//CRASH Building</b> Schafjückenweg 2 26180 Rastede Germany
<b>Pressekontakt:</b>	Mareike Juds Tel. <a href="tel:+4904402973900">+49 (0)4402 97390 0</a> <a href="mailto:presse@cleverreach.de">presse@cleverreach.de</a>